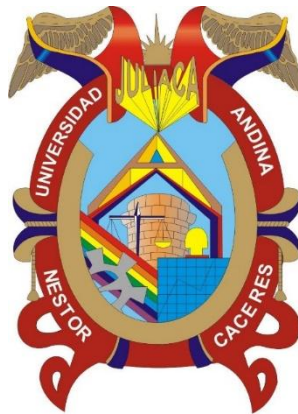




UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO



**PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA
LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES
MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE
MOHO – PUNO, 2025**

TESIS PRESENTADA POR:
Bach. JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
ARQUITECTO

JULIACA - PERÚ
2025



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ARQUITECTURA Y URBANISMO

**PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA
LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES
MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE
MOHO – PUNO, 2025**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

ARQUITECTO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE


: _____
Dr. OSCAR VICENTE VIAMONTE CALLA

PRIMER MIEMBRO


: _____
Dr. ARNALDO YANA TORRES

SEGUNDO MIEMBRO


: _____
Mgtr. WILFREDO DAVID SUPO PACORI

ASESOR DE TESIS


: _____
Mgtr. SALVADOR TEODORO VALDIVIA CARDENAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN : DISEÑO ARQUITECTÓNICO – P23



“NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ”

RESOLUCIÓN DECANAL N° 1150-2025-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 23 de septiembre del 2025

VISTO: El expediente EXP. N° 2025-CU-8422 presentado por el (la) Bachiller: JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ estudiante de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras quien solicita NOMINACIÓN DE JURADOS Y PROGRAMACIÓN DE FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bach. JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ, quien solicita NOMINACIÓN DE JURADOS Y PROGRAMACIÓN DE FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN de la Tesis Titulado: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025, la misma que pertenece a la línea de investigación DISEÑO ARQUITECTONICO para optar el Título Profesional de Arquitecto.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos mediante Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en concordancia con el dictamen de similitud.

De conformidad al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en merito al Art. 24, Art. 28 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, la NOMINACIÓN DE JURADOS integrado por los siguientes docentes:

- * Presidente : Dr. OSCAR VICENTE VIAMONTE CALLA
* 1er Miembro : Dr. ARNALDO YANA TORRES
* 2do Miembro : Mgtr. WILFREDO DAVID SUPO PACORI

ARTICULO SEGUNDO. - RECONOCER como asesor de la investigación (tesis) de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras al (a la) docente, Mgtr. SALVADOR TEODORO VALDIVIA CARDENAS.

ARTICULO TERCERO. - APROBAR, la FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS de él (la) bachiller: JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ; del informe final de la investigación (tesis) titulada: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025 para optar el Título Profesional de Arquitecto. de acuerdo al siguiente detalle:

- * FECHA : miercoles 01 de octubre del 2025
* HORA : 15:30 horas
* LUGAR : Aula 406 - FICP

ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS

Dr. OSCAR V. VIAMONTE CALLA DECANO (e) CIP: 32730



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS

Dr. Fritz Willy Mamani Apaza DIRECTOR UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

cc. Archivo



RESOLUCIÓN DECANAL N° 1089-2025-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 15 de septiembre del 2025

VISTO: El expediente N° 2025-CU- 7628, presentado por el señor (a) **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ** solicitando **CAMBIO DE ASESOR DE INVESTIGACIÓN**, el Proveído del Director de la Unidad de Investigación de la FICP, y la **RESOLUCIÓN DECANAL N° 362-2024-D-UI-FICP-UANCV** Aprobación de la **PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN RESOLUCIÓN DECANAL N° 768-2025-D-UI-FICP-UANCV** Aprobación del **INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)**, para optar el título profesional de Arquitecto.

CONSIDERANDO:

Que, el señor (a): **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ** ha presentado cambio de asesor de tesis del tema investigación Titulada: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025**, para optar el Título Profesional de Arquitecto.

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la FICP a tomado conocimiento que el asesor **Dr. RICARDO ANIBAL MALDONADO MAMANI** no tiene vínculo laboral en la facultad de ingenierías y ciencias puras y existiendo la **RESOLUCIÓN DECANAL N° 362-2024-D-UI-FICP-UANCV** Aprobación de la **PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN RESOLUCIÓN DECANAL N° 768-2025-D-UI-FICP-UANCV** Aprobación del **INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS)**.

Estando, a la solicitud del ejecutante y en cumplimiento al reglamento al Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención Grados Académicos y Títulos Profesionales; el director de la Unidad de Investigación **Dr. Fritz Willy Mamani Apaza** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, emitió el proveído favorable del cambio de asesor de investigación del tema titulada: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025**.

Que, es requisito indispensable contar con un asesor docente ordinario y/o contratado de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras con un mínimo de cinco años de docencia, grado de doctor o magister y experiencia en la línea a investigar, o deberá estar acreditado por Resolución 0989-2022-UANCV-CU-R, quien asumirá como asesor de la propuesta de investigación, según el área o grado.

Estando, con la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en concordancia al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, el **CAMBIO DE ASESOR DE INVESTIGACION**, designado al señor (a): **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ**, para optar el Título Profesional de Arquitecto, con el Tema Titulada: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025** correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTONICO**, se le asigna como:

ASESOR: Mgtr. **SALVADOR TEODORO VALDIVIA CARDENAS**

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** al (a la) docente Mgtr. **SALVADOR TEODORO VALDIVIA CARDENAS**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.

cc.
Archivo 2025
Interesado (a)



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CS. PURAS

Dr. **OSCAR V. VIAMONTE CALLA**
DECANO (e)
CIP. 32730



UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PURAS

Dr. **Fritz Willy Mamani Apaza**
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



RESOLUCIÓN DECANAL N° 768-2025-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 24 de julio del 2025

VISTO: El expediente N° 2025-CU - 5648 por el señor (a): JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ quien solicita REVISIÓN DEL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (borrador de tesis), el PROVEIDO - N° 593 - 2025-UI-FICP-UANCV/J, y la FICHA DE OPINIÓN DEL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACION (BORRADOR DE TESIS) formato N° 020 - 2025 del integrante del comité de investigación EPAU de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, según al reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos.

CONSIDERANDO:

Que, el señor (a): JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ, ha presentado su informe final de la investigación (borrador de tesis) Titulado: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025, para optar el Título Profesional de Arquitecto.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales; el integrante del comité de investigación Mtro. Carlos Armando Huamán Carreón de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, emitió la ficha de opinión del informe final de la investigación (borrador de tesis) formato N° 020 - 2025 aprobando el informe final de la investigación (borrador de tesis) titulado: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025, Correspondiente a la línea de investigación DISEÑO ARQUITECTONICO.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el reglamento interno de trabajos de investigación conducentes a grados y títulos mediante Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y estando a la opinión favorable del comité de investigación respecto al informe final de la investigación (borrador de tesis).

Estando, con la opinión favorable del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en concordancia al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado con Resolución N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en merito al Art. 27 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, el INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, presentado por el señor (a): JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ, para optar el Título Profesional de Arquitecto, con el Tema Titulado: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025 correspondiente a la línea de investigación DISEÑO ARQUITECTONICO, en virtud a los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RATIFICAR como ASESOR DE INVESTIGACIÓN al (a) la), Dr. RICARDO ANIBAL MALDONADO MAMANI.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de Arquitectura y Urbanismo quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.

Stamp and signature of the Dean of the Faculty of Engineering and Pure Sciences, Ricardo Anibal Maldonado Mamani.

Stamp and signature of the Director of the Office of Investigation, Fritz Willy Mamani Apaza.

cc. Archivo interesado (a)



"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

RESOLUCIÓN DECANAL N° 362-2025-D-UI-FICP-UANCV

Juliaca, 26 de mayo del 2025

VISTO: El expediente N° 2025-CU- 1972, presentado el señor (a) **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ** solicitando **APROBACIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** el **PROVEIDO - N° 233 -2025-UI-FICP-UANCV/J**, y la **FICHA DE OPINIÓN DE LA PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN** formato N° 015 -2025 del integrante del comité de investigación EPAU de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, según al reglamento interno de trabajos de investigación conducente a grados y títulos.

CONSIDERANDO:

Que, el señor (a): **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ** ha presentado su propuesta de investigación Titulado: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales; el integrante del comité de investigación **Mtro. Carlos Armando Huamán Carreón** de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras, emitió la **ficha de opinión** de la propuesta de investigación formato N° 015 -2025- aprobando la propuesta de investigación titulado: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025**.

Que, es requisito indispensable contar con un asesor docente ordinario y/o contratado de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras con un mínimo de cinco años de docencia, grado de doctor o magister y experiencia en la línea a investigar, o deberá estar acreditado por Resolución 0989-2022-UANCV-CU-R, quien asumirá como asesor de la propuesta de investigación, según el área o grado.

Estando, con la opinión favorable de la propuesta de investigación del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y en concordancia al Reglamento Interno de Trabajos de Investigación Conducente a Grados y Títulos aprobado N° 0294-2023 UANCV-CU-R. y en mérito al Art. 25 del reglamento, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y en uso a las atribuciones, que le concede la ley Universitaria N° 30220, ley de creación de la UANCV N° 23738 y modificatoria N° 24661, y el Estatuto de la UANCV, el Decano y el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras.

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, la **PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN**, presentado por el señor (a): **JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ**, para optar el Título Profesional de **Arquitecto**, con el Tema Titulado: **PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025** correspondiente a la línea de investigación **DISEÑO ARQUITECTÓNICO**.

La misma que deberá proceder con la ejecución de la propuesta de Investigación aprobado de acuerdo a lo establecido en el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales.

ARTÍCULO SEGUNDO.- RECONOCER como **ASESOR DE INVESTIGACIÓN** de al (a la) docente **Dr. RICARDO ANIBAL MALDONADO MAMANI**.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que, la Unidad de Investigación, Responsables del Comité de Investigación de la Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras y el Director de la Escuela Profesional de **Arquitectura y Urbanismo** quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese, Archívese.

cc. Archivo 2025 Interesado (a)



Dr. OSCAR V. VIAMONTE CALLA
DECANO (e)
CIP. 32730



Dr. Fritz Willy Mamani Apaza
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 10% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 8% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.


Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Metadatos complementarios - UANCV

TITULO	
PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025	
Datos de autor	
Nombres y Apellidos	JORGE LUIS QUIROZ QUIROZ
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70835748
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-5980-9308
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	SALVADOR TEODORO VALDIVIA CARDENAS
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02383061
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0008-8660-8733
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres Y Apellidos	OSCAR VICENTE VIAMONTE CALLA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02371550
Miembro del jurado 1	
Nombres Y Apellidos	ARNALDO YANA TORRES
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	41414676
Miembro del jurado 2	
Nombres Y Apellidos	WILFREDO DAVID SUPO PACORI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02428673



Datos de investigación	
Línea de investigación	DISEÑO ARQUITECTO - P23
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>Dirección: PROVINCIA DE MOHO País: PERÚ Departamento: PUNO Provincia: MOHO Distrito: MOHO Coordenadas: Latitud: -15.35634 Longitud: 69.52037 https://maps.app.goo.gl/xQtbXUZWVUp5BM5C6</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	MAYO 2025 - OCTUBRE 2025
URL de disciplinas OCDE - Librería	<p>Arquitectura y urbanismo https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.08 Diseño arquitectónico https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#6.04.03</p>



UNIVERSIDAD ANDINA VÍCTOR CAJALAN Y
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y CIENCIAS PUNO
Dr. Fritz Willy Mamani Apaza
DIRECTOR
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Jorge Luis Quiroz Quiroz, identificado con DNI Nro. 70835748 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

ARQUITECTURA Y URBANISMO

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

" PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS, PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025 "

Asesorado por: Mgtr. Salvador Teodoro Valdivia Cardenas

Es un tema original.

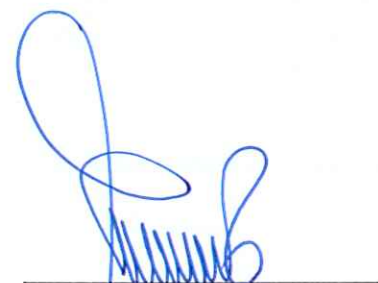
Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 21 de Octubre del 2025


FIRMA ASESOR


FIRMA TESISISTA


Huella



DEDICATORIA

Entrego este trabajo con dedicación a mi familia como reflejo del compromiso y la perseverancia que he puesto en cada etapa de este proceso, con gran connotación en la búsqueda constante de investigaciones de resolver problemas; también dedico, a mi madre querida con el profundo respeto y admiración que se merece, que gracias a sus consejos, valores y virtudes que me brindo incondicionalmente tanto moral y económicamente. Expreso mi sincero agradecimiento a mi director de tesis por su constante apoyo y dedicación desde el comienzo. Su orientación fue clave a lo largo de este proceso para la elaboración de este proyecto de investigación que hoy rinde sus frutos.



AGRADECIMIENTO

A DIOS por guiarme en el camino de la sabiduría y el aprendizaje, pero principalmente por permitirme alcanzar mi meta anhelada.

A la UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ por la formación académica con la estimulación de valores y principios, contribuyéndome a ejercerme como un profesional en la Arquitectura.

A MI PADRE Y MADRE, por su apoyo que me consagro desde mi niñez hasta el día de hoy en mis principios y valores, asimismo agradecerla por el aporte necesario para lograr estos frutos obtenidos.

A MI FAMILIA, en darme los ánimos en momentos claves del desarrollo de este proyecto de investigación.

A MI ASESOR DE TESIS, gracias por brindarme de su tiempo en los aportes que me brindo para la ejecución de este trabajo, gracias a él fue posible desarrollar este proyecto de investigación.

Y EN GENERAL: A todas las personas que de uno u otra manera me ayudaron a la consecución de este logro. Infinitas gracias.

Hoy inicio un nuevo camino en mi vida profesional y les agradezco de todo corazón.

Muchas gracias a todos.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	x
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.2.1. <i>Problema general</i>	17
1.2.2. <i>Problemas específicos</i>	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	18
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. <i>Objetivo general</i>	18
1.4.2. <i>Objetivos específicos</i>	19
1.5. IMPORTANCIA	19
1.6. LIMITACIONES.....	20
1.7. HIPÓTESIS	20
1.7.1. <i>Hipótesis general</i>	20
1.7.2. <i>Hipótesis específicas</i>	20
1.8. OPERACIONALIZACIÓN	21
1.8.1. Operacionalización de las variables	21



CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES 17

 2.1.1. *Antecedentes históricos*..... 17

 2.1.2. *Antecedentes de investigación*..... 24

2.2. BASES TEÓRICAS 31

 2.2.1. *Arquitectura comercial*..... 32

 2.2.2. *Mercado central de abastos*..... 32

 2.2.3. *Mejora de la gestión comercial*..... 44

 2.2.4. *Espacios comerciales*..... 45

 2.2.5. *Infraestructura y accesibilidad* 45

 2.2.6. *Servicios y equipamientos*..... 47

 2.2.7. *Sostenibilidad de los comerciantes minoristas* 48

 2.2.1. *Fortalecimiento de la infraestructura*..... 49

 2.2.2. *Sostenibilidad económica* 49

 2.2.3. *Sostenibilidad ambiental*..... 49

 2.2.4. *Sostenibilidad social* 50

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS..... 50

 2.3.1. *Mercado*..... 50

 2.3.2. *Mercado de abastos* 50

 2.3.3. *Comercio* 51

 2.3.4. *Comercio informal*..... 51

 2.3.5. *Comerciante* 51

 2.3.6. *Usuario* 51

2.4. MARCO NORMATIVO 51

 2.4.1. *Normas a nivel nacional* 52



**CAPÍTULO III
METODOLOGÍA**

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN..... 60

 3.1.1. *Enfoque de investigación*..... 60

 3.1.2. *Tipo de investigación*..... 60

 3.1.3. *Nivel de investigación*..... 60

 3.1.4. *Diseño de investigación*..... 60

 3.1.5. *Método de investigación*..... 60

 3.1.6. *Ámbito de investigación*..... 60

 3.1.7. *Población*..... 60

 3.1.8. *Muestra*..... 61

 3.1.9. *Técnicas, fuentes e instrumentos*..... 62

 3.1.10. *Cuadro metodológico de la investigación*..... 63

**CAPÍTULO IV
MARCO REAL**

4.1. Análisis a nivel provincial 60

 4.1.1. *Caracterización del territorio*..... 60

 4.1.2. *Análisis etnográfico*..... 73

4.2. Análisis a nivel local 74

 4.2.1. *Ubicación y delimitación del área específica de estudio*..... 74

 4.2.2. *Aspectos del sistema económico del lugar*..... 75

 4.2.3. *Características urbanas del terreno*..... 76

 4.2.4. *Características del contexto físico* 79

4.3. Marco referencial..... 83

 4.3.1. *Mercado Roma* 83

 4.3.2. *Centro Comercial Cronos* 88

 4.3.3. *Mercado municipal Gran Mariscal Ramón Castilla* 92



CAPÍTULO V
MARCO IDEAL

5.1. Con respecto al objetivo específico 1 65

 5.1.1. *Análisis o diagnóstico* 65

 5.1.2. *Análisis de usuarios*..... 100

5.2. Con respecto al objetivo específico 2..... 103

 5.2.1. *Idea generatriz*..... 103

 5.2.2. *Concepto arquitectónico* 103

 5.2.3. *Criterios y lineamientos en el diseño de la propuesta*..... 105

 5.2.4. *Zonificación*..... 106

 5.2.5. *Programación arquitectónica* 107

 5.2.6. *Relaciones funcionales*..... 117

5.3. Diseño final..... 121

CONCLUSIONES..... 125

RECOMENDACIONES 127

BIBLIOGRAFÍA 129

ANEXOS 133

 Anexo N° 1: Matriz de consistencia 133

 Anexo N° 2: Lista de planos..... 134



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	21
Tabla 2 <i>Mercado Roma – Análisis arquitectónico</i>	83
Tabla 3 <i>Centro Comercial Cronos – Análisis arquitectónico</i>	88
Tabla 4 <i>Mercado municipal Gran Mariscal Ramón Castilla – Análisis arquitectónico</i>	92
Tabla 5 <i>Programación cualitativa – Zona de servicios generales</i>	107
Tabla 6 <i>Programación cualitativa – Zona de alimentos</i>	109
Tabla 7 <i>Programación cualitativa – Zona húmeda</i>	110
Tabla 8 <i>Programación cualitativa – Zona semihumeda</i>	110
Tabla 9 <i>Programación cualitativa – Zona seca</i>	111
Tabla 10 <i>Programación cualitativa – Zona de áreas libres</i>	112
Tabla 11 <i>Programación cualitativa – Zona complementaria</i>	112
Tabla 12 <i>Programación cuantitativa – Zona de servicios generales</i>	113
Tabla 13 <i>Programación cuantitativa – Zona de alimentos</i>	114
Tabla 14 <i>Programación cuantitativa – Zona húmeda</i>	114
Tabla 15 <i>Programación cuantitativa – Zona semihumeda</i>	115
Tabla 16 <i>Programación cuantitativa – Zona seca</i>	116
Tabla 17 <i>Programación cuantitativa – Zona de áreas libres</i>	116
Tabla 18 <i>Programación cuantitativa – Zona complementaria</i>	117



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Tipos de usuarios en un mercado</i>	37
Figura 2 <i>Necesidades de los usuarios de un mercado</i>	37
Figura 3 <i>Actividades de los usuarios de un mercado</i>	38
Figura 4 <i>Influencia de los tipos de mercado</i>	44
Figura 5 <i>criterios básicos del desarrollo sostenible</i>	48
Figura 6 <i>Esquema de procedimiento metodológico de la investigación</i>	63
Figura 7 <i>Ubicación geográfica de la provincia de moho</i>	60
Figura 8 <i>Sectorización de la zona urbana de la provincia de Moho</i>	66
Figura 9 <i>Equipamientos existentes en la provincia de Moho</i>	66
Figura 10 <i>Traza urbana de la provincia de Moho</i>	67
Figura 11 <i>Secciones viales de la provincia de Moho</i>	68
Figura 12 <i>Flujos viales en la provincia de Moho</i>	69
Figura 13 <i>Estado de vías en el distrito de Moho</i>	69
Figura 14 <i>Sistema vial y nodos de congestión del distrito de Moho</i>	70
Figura 15 <i>Topografía del distrito de Moho</i>	71
Figura 16 <i>Cortes topográficos de la provincia de moho</i>	71
Figura 17 <i>Flora y fauna del distrito de Moho</i>	72
Figura 18 <i>Ocupaciones de los residentes del distrito de Moho</i>	73
Figura 19 <i>Diferentes costumbres del distrito de Moho</i>	74
Figura 20 <i>Ubicación y delimitación del área específica de estudio</i>	74
Figura 21 <i>Numero de vendedores ambulantes registrados y activos en Moho, según Distrito (2019)</i>	76
Figura 22 <i>Área y perímetro del terreno intervenido</i>	77
Figura 23 <i>Características topográficas del terreno intervenido</i>	77



Figura 24 <i>Características morfológicas del terreno intervenido</i>	78
Figura 25 <i>Imagen paisajística alrededor del terreno intervenido</i>	78
Figura 26 <i>Vías de accesibilidad al terreno intervenido</i>	79
Figura 27 <i>Características climáticas del terreno intervenido</i>	80
Figura 28 <i>Características de las precipitaciones pluviales del terreno intervenido</i>	80
Figura 29 <i>Características del tipo de clima en el terreno intervenido</i>	81
Figura 30 <i>Características de la dirección del sol en el terreno intervenido</i>	82
Figura 31 <i>Características de la dirección del viento en el terreno intervenido</i> .	83
Figura 32 <i>Resumen de usuarios de la propuesta</i>	102
Figura 33 <i>Conceptualización de la propuesta</i>	103
Figura 34 <i>Concepto arquitectónico de la propuesta</i>	104
Figura 35 <i>Matriz conceptual de la propuesta</i>	105
Figura 36 <i>Lineamientos de la propuesta arquitectónica</i>	106
Figura 37 <i>Zonificación del primer nivel de la propuesta</i>	106
Figura 38 <i>Zonificación del segundo nivel de la propuesta</i>	107
Figura 39 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona de servicios generales</i>	117
Figura 40 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona de alimentos</i>	118
Figura 41 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona húmeda</i>	119
Figura 42 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona semihúmeda</i>	119
Figura 43 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona seca</i>	119
Figura 44 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona de áreas libres</i>	120
Figura 45 <i>Relaciones funcionales de los espacios – zona complementaria</i> ..	120



RESUMEN

Título: La tesis titulada “Proyecto mercado central de abastos, para la sostenibilidad de los comerciantes minoristas en la Provincia de Moho – Puno, 2025” se propone abordar de manera integral la mejora de sistema de comercialización de los comerciantes minoristas de la Prov. de Moho. Por ende, se trabaja como **objetivo principal:** Desarrollar una propuesta de diseño arquitectónico, del mercado central de abastos, para contribuir con el fortalecimiento de la sostenibilidad de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho – Puno, con énfasis en el mejoramiento de su actual desarrollo económico, social y público. **Metodología:** metodológicamente, la investigación se acoge al enfoque cualitativo, tipo estudio de caso, nivel aplicativo, diseño descriptivo y método analítico, y se tomó como ámbito de estudio a la provincia de Moho – Puno. **Resultados:** En lo concerniente a los resultados obtenidos, se presenta la proyección de un nuevo mercado central de abastos como futuro área de desarrollo cultural, comercial y de ocio imprescindible y clave para la zona de la provincia de Moho. Igualmente, este proyecto ayuda en mejorar el orden y la sostenibilidad de los comerciantes, implementando los códigos de edificación estipulados y mostrar correspondencia al aspecto productivo, para asegurar espacios en el que se den buena atención al consumidor o cliente y de manera simultánea estas incluso sean espacios de recreación, concretando ambientes de dos funciones simultáneamente, y configurando los determinados espacios internos donde se impide la superposición de trayectorias peatonales con los diferentes tipos de productos de venta, consiguiendo una función destacada que alcance un desempeño las actividades del comercio. **Conclusiones:** El proyecto ayuda a contribuir sus ingresos y estabilidad económica, fomenta la cohesión social y el bienestar comunitario, e



impulsa prácticas ambientales responsables. Que contribuye al desarrollo sostenible local en dimensión económica, social y ambiental.

Palabras clave: Mercado de abastos, sostenibilidad, comercio minorista.



ABSTRACT

Title: The thesis titled "Central Wholesale Market Project for the Sustainability of Retail Traders in the Province of Moho – Puno, 2025". **Objective:** To develop an architectural design proposal for the central wholesale market, in order to contribute to strengthening the sustainability of retail traders in the Province of Moho – Puno, with an emphasis on improving their current economic, social, and public development. **Methodology:** Methodologically, the research follows a qualitative approach, of a subjective type, at an applicative level, with a descriptive design and analytical method. The Province of Moho – Puno was taken as the study area. **Results:** Regarding the results obtained, the projection of a new central wholesale market is presented as a future area for cultural, commercial, and recreational development—essential and key for the region of Moho. Likewise, this project helps improve order and sustainability for traders by implementing established building codes and aligning with the productive aspect, to ensure spaces that provide good service to consumers or clients. Simultaneously, these spaces can also serve recreational purposes, integrating dual-function environments. The internal spaces are configured to avoid overlapping of pedestrian pathways with the various types of goods being sold, achieving a distinguished function that enhances the performance of commercial activities. **Conclusions:** The project contributes to increasing income and economic stability, promotes social cohesion and community well-being, and encourages environmentally responsible practices. It contributes to local sustainable development in economic, social, and environmental dimensions.

Keywords: Food market, sustainability, retail.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis titulado, Proyecto Mercado Central de Abastos, para la Sostenibilidad de los Comerciantes Minoristas en la Provincia de Moho – Puno, 2025 aborda la necesidad urgente de mejorar las condiciones económicas y sociales de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho, ubicada en la región de Puno. En un contexto donde la economía local depende principalmente del comercio en mercados centrales informales y tradicionales, la creación de un mercado central de abastos representa una solución estratégica para promover el desarrollo ecológicamente responsable de la localidad, con un enfoque en la mejora de las condiciones laborales y el fortalecimiento del tejido económico local.

Los mercados centrales son espacios clave para el trueque de productos y servicios, que no solo funcionan como centros de comercio, sino también como núcleos sociales y culturales que facilitan la conexión de los productores locales con los consumidores. Estos mercados tienen un impacto directo en la economía de las ciudades y provincias, ya que constituyen un pilar fundamental para el sustento de miles de comerciantes minoristas que operan de manera autónoma. A través de la organización, la mejora de infraestructuras y el acceso a servicios adecuados, los mercados centrales pueden optimizar los procesos comerciales, reducir costos operativos y fomentar una mayor competitividad, lo que, en última instancia, contribuye a la sostenibilidad de los comerciantes.

La sostenibilidad de los comerciantes minoristas es un objetivo central de esta investigación, ya que se pretende alcanzar un modelado que no solo considere las necesidades de espacio físico y servicios básicos, sino que también promueva la inclusión social, el acceso a financiamiento, y la creación de redes de apoyo comercial y cooperativas. Asimismo, la sostenibilidad se abordará desde un



enfoque ambiental, buscando que el proyecto contribuya a la reducción de impactos negativos en el entorno y favorezca prácticas ecológicas en la comercialización de productos.

El estudio de la viabilidad de un proyecto como este en la provincia de Moho es altamente relevante, ya que responde a un contexto específico de esta región, donde los comerciantes minoristas enfrentan múltiples desafíos, tales como la deficiencia en instalaciones necesarias, la informalidad de los mercados, y las limitaciones para acceder a recursos y tecnología. Además, la provincia de Moho es una zona caracterizada por su geografía particular y sus condiciones socioeconómicas, lo que hace que la implementación de un mercado central bien diseñado sea esencial para potenciar el proceso integral y económico de la región.

A través de esta investigación se busca no solo presentar una propuesta de diseño arquitectónico, sino también ofrecer una solución integral que impulse la sostenibilidad y el crecimiento de los comerciantes minoristas, fomentando un entorno favorable para el intercambio comercial, el empleo local y el bienestar social. Este proyecto no solo se constituye como un cumplimiento de las necesidades del momento de la región, sino como una inversión en el futuro económico de la provincia de Moho.

Ahora bien, la investigación se distribuye en cinco capítulos, los cuales se describen como:

El Capítulo 1. Aspectos generales de la problemática.

El Capítulo 2. Referencias teóricas y/o bibliográficas, así como, antecedentes de investigación.

El Capítulo 3. Desarrollo metodológico del estudio.

.



El Capítulo 4. Análisis característico a nivel provincial y local del lugar, así como casos análogos donde se analiza arquitectónicamente proyectos similares a la propuesta.

El Capítulo 5. La propuesta del modelo arquitectónico del mercado.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

A nivel mundial según Guardia Bassols & Oyón Bañales, (2012) citado por Rivarola (2015), desde tiempos antiguos, los mercados han desempeñado funciones clave en los ámbitos económico, social y cultural. A lo largo de los siglos, han demostrado una notable capacidad de resiliencia, ajustando su influencia formadora sobre el desarrollo urbano de las ciudades.

Según Miranda Y. (2018) los mercados pasaron a integrarse a una nueva estructura estatal, y, en ese periodo pasaron a formar parte del sistema de equipamientos públicos. Los autores mencionados también sostienen que los mercados en Europa tuvieron distintos procesos de evolución, ocurriendo a ritmos diversos, aunque con algunas características comunes; inicialmente surgieron en espacios abiertos, luego se delimitaron con cubiertas y finalmente, todos los mercados experimentaron una fase de declive.

Según, Dr. Luis Bedoya Reyes (1800), luego de un periodo de auge los mercados, éstos comenzaron una etapa de decaimiento. La crisis fue por muchas



razones: el crecimiento de las periferias de las ciudades, la introducción del supermercado, falta de inversiones, entre otras cosas. Podemos incluir a Lima, en parte, dentro de este perfil de características de declive y para la sostenibilidad de los comerciantes, con la introducción de los supermercados. Ejemplo de esto es la cadena inicial de supermercados denominados "Supermarket".

Según, Gálvez y Gutiérrez (2012) así mismo, el estudio realizado en la provincia de Moho afirma que los comerciantes no cuentan con un mercado de abastos, que sostengan las necesidades de los comerciantes, que damos una iniciativa al diseño arquitectónico sostenible al espacio, forma y función; que genera una congestión vehicular y peatonal. En la provincia de Moho el 41.3% consume productos de la primera necesidad, es más, el 58.7% de los Moheños prefieren consumir productos industrializados de otros países internacionales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. *Problema general*

¿De qué manera el Proyecto del Mercado Central de Abastos puede contribuir a fortalecer la sostenibilidad económica, social y ambiental de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho – Puno?

1.2.2. *Problemas específicos*

- a. ¿Cómo afectan los problemas de acceso, la falta de estacionamientos y las deficiencias en la carga y descarga al movimiento de los consumidores y al abastecimiento de los comercios, del proyecto mercado central de abastos de la provincia de Moho – Puno?
- b. ¿Cómo puede el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos promover un espacio funcional, seguro y ambientalmente responsable para comerciantes y consumidores?



1.3. JUSTIFICACIÓN

Habiendo expuesto la problemática, proyecto se justifica en las siguientes razones:

A nivel teórico: El proyecto de investigación busca responder la sostenibilidad de los comerciantes, con una línea de diseño arquitectónico, en el comercio, exhaustiva y difunda los diferentes bienes comerciales, demostrando la identidad altiplánica que reside en la provincia de Moho, al desarrollo y la sostenibilidad de los comerciantes en nuevas actividades comerciales y se genere como un nuevo hito comercial y cultural, amplificando un mayor interés hacia este tipo de equipamiento arquitectónico.

A nivel práctico: El desarrollo de este proyecto mercado central de abastos, mejorara las necesidades de los comerciantes, población en general, ya que no existe un equipamiento que promueva y genere el comercio sostenible a los comerciantes que generalmente articule, el turismo productivo.

A nivel metodológico: De acuerdo con el problema descrito, se centró el comercio informal teniendo en cuenta el análisis de estudio, ya que en la provincia de Moho no cuenta con un equipamiento que implique el espacio, forma y función en un diseño arquitectónico. Al mismo tiempo buscamos integrar estratégicamente a los comerciantes con el entorno sostenible y natural. El instrumento para realizar el diseño será a través de los formularios.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. *Objetivo general*

Desarrollar una propuesta de diseño arquitectónico, del mercado central de abastos, para contribuir con el fortalecimiento de la sostenibilidad de los



comerciantes minoristas en la provincia de Moho – Puno, con énfasis en el mejoramiento de su actual desarrollo económico, social y público.

1.4.2. Objetivos específicos

- a. Analizar el desarrollo de limitaciones en vías de acceso, la falta de estacionamientos y las deficiencias en la logística de carga y descarga, sobre la movilidad de los consumidores y el abastecimiento de los establecimientos comerciales, con el fin de identificar los principales problemas y plantear alternativas en el proyecto mercado central de abastos de la provincia de Moho.
- b. Realizar el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos con espacios funcionales, seguros y ambientalmente responsable, facilitando la circulación de usuarios, mercancías, y la sostenibilidad mediante iluminación natural, ventilación y manejo adecuado de residuos.

1.5. IMPORTANCIA

El presente estudio reviste gran importancia al abordar la necesidad de infraestructura comercial adecuada para los comerciantes minoristas de la provincia de Moho, en Puno, quienes actualmente enfrentan condiciones precarias de venta que afectan sus sostenibilidad económica y social.

El diseño de un nuevo Mercado Central de Abastos no solo busca mejorar la calidad de vida de los comerciantes, sino también dinamizar la economía local, fortalecer las redes de abastecimiento regional y promover practicas sostenibles en el diseño arquitectónico. Asimismo, esta propuesta tiene el potencial de convertirse en un referente para la planificación de equipamientos comerciales en zonas altoandinas, considerando criterios de identidad cultural y desarrollo territorial.



1.6. LIMITACIONES

El estudio se circunscribe territorialmente a la zona urbana de la ciudad de Moho, capital de la provincia homónima, ubicada en el departamento de Puno. Temporalmente, el desarrollo del proyecto abarca el periodo, ubicada en el departamento de Puno. Temporalmente, el desarrollo del proyecto abarca el periodo comprendido entre el año 2024 (inicio de investigación) y el 2025 (proyección y entrega del anteproyecto arquitectónico).

En cuanto al contenido, la investigación se enfoca en el diseño arquitectónico de un mercado central de abastos para comerciantes minoristas, excluyendo la comercialización mayorista y otros usos no relacionados directamente con la actividad comercial local.

El enfoque del proyecto integra criterios de sostenibilidad, normativas nacionales (RNE), y diagnóstico socioeconómico del contexto local.

1.7. HIPÓTESIS

1.7.1. *Hipótesis general*

La planificación y análisis de las limitaciones en el acceso, estacionamiento y logística de abastecimientos permiten interpretar como estas condiciones afectan la experiencia diaria de comerciantes y consumidores, y como podrían abordarse desde el diseño arquitectónico.

1.7.2. *Hipótesis específicas*

- a) La identificación y análisis de las limitaciones en el acceso, estacionamiento y logística de abastecimiento permiten interpretar como estas condiciones afectan la experiencia diaria de comerciantes y consumidores, y como podrían abordarse desde el diseño arquitectónico.



- b) La incorporación de criterios de funcionalidad, seguridad y sostenibilidad en el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos permite explorar como estos elementos pueden mejorar la experiencia de los usuarios, el entorno urbano y las prácticas ambientales dentro del espacio comercial.

1.8. OPERACIONALIZACIÓN

1.8.1. Operacionalización de las variables

Variable I: Mejora de la gestión comercial

La variable se mide a partir de dimensiones que permiten identificar los requerimientos funcionales, operativos y sociales de los comerciantes minoristas, orientando el diseño arquitectónico hacia una organización más eficiente de las actividades comerciales. Los indicadores propuestos permiten analizar las necesidades espaciales según los rubros, las formas proyectadas de circulación, zonificación y logística interna, así como el grado de integración del futuro mercado con el tejido urbano y las dinámicas sociales locales.

De este modo, se construyen criterios que aseguran que el espacio propuesto responda a las condiciones reales de uso, fomentando una gestión comercial más ordenada, participativa y sostenible.

Variable II: Fortalecimiento de la infraestructura

La variable II se aborda mediante dimensiones que proyectan las condiciones arquitectónicas, ambientales y culturales necesarias para un mercado funcional, seguro y contextualizado. A través de indicadores que consideran la distribución de espacios, la accesibilidad, el confort ambiental y la sostenibilidad constructiva, se orienta el diseño hacia una infraestructura que no solo cumpla con criterios técnicos, sino que se adapte al clima, a la identidad cultural de Moho y a las expectativas de los usuarios.

De esta manera, los resultados de cada dimensión permiten establecer parámetros arquitectónicos que garanticen la calidad espacial, la eficiencia energética y la permanencia del equipamiento en el tiempo.

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1 Mejora de la gestión comercial	Espacios comerciales	Área total asignada para los puestos de venta
		Número de puestos de venta
		Variedad de tipos de espacios (temporales – permanentes)
	Infraestructura y accesibilidad	Accesibilidad vehicular - peatonal
		Circulación interna
		Accesibilidad para personas con discapacidad
Servicios y equipamientos	Provisión de servicios básicos	
	Áreas comunes	
	Servicios de apoyo al comercio	
Variable 2 Fortalecimiento de la infraestructura	Sostenibilidad económica	Diseño flexible
		Gestión del agua
		Zonas de accesibilidad a transporte público
	Sostenibilidad ambiental	Diseño bioclimático
		Uso de materiales sostenibles
		Tecnologías eficientes
	Sostenibilidad social	Espacios de descanso y esparcimiento
		Espacios de interacción social



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. *Antecedentes históricos*

2.1.1.1. Historia de tipología de mercado.

A partir del siglo XVII, surgió un mercado junto a la Plaza Mayor, llamado “katu”, una palabra que tenía que ver con el trueque y la venta de productos. La gente del área, mucho de ellos indígenas y afrodescendientes, llevaban lo que producían para vender. Cuando había fiestas, el movimiento de comerciantes era todavía mayor. Para el siglo XIX, el mercado ya había sido movido varias veces; empezó en la plaza San Francisco, para luego pasar a la Plaza de la Inquisición y terminó en el colegio Santo Tomás. No obstante, el comercio creció tanto que se empezó a instalar puestos fijos y esto se volvió un problema, ya que el lugar no era adecuado para tanta actividad.

En consecuencia, fue en el año 1859 cuando se concretó la creación del Mercado Concepción, más tarde conocido como Mercado Central; a partir de un plan arquitectónico promovido durante la administración de Ramón Castilla.



Con su apertura, los alrededores se transformaron rápidamente y comenzaron a aparecer tiendas, bares, cafés y otros tipos de negocios, lo que convirtió al mercado en un punto de encuentro no solo comercial, sino también social. Con el tiempo, surgieron nuevos centros de abasto, como el Mercado La Aurora, el Modelo 4 y el Baratillo.

Posteriormente, hacia 1953 el desarrollo de tecnologías aplicada a la construcción comenzó a consolidarse de manera profesional. En este contexto, surgieron iniciativas como el Super Market Olcese, seguido posteriormente por el Mercado Wong. Estas nuevas formas de comercio marcaron el inicio de una era más dinámica, en la que los productos llegaban con mayor rapidez a los hogares. Con el paso del tiempo y la globalización, aparecieron centros comerciales más grandes y modernos, como el Jockey Plaza, MegaPlaza y Plaza Norte.

A pesar de los cambios urbanos y comerciales, la esencia del mercado se ha mantenido intacta, ya que el crecimiento de la ciudad ha sido impulsado por la propia población, motivada por su deseo de progreso. Es cierto que muchos de estos lugares no cuentan con condiciones ideales, siguen desempeñando un papel fundamental en la dinámica urbana y en la vida cotidiana de sus habitantes.

2.1.2. Antecedentes de investigación

2.1.2.1. A nivel internacional.

1. "Diseño del Mercado Parroquial de Chiquintad, Cuenca-Azuay"

Autor: Guamán (2023) refiere que la problemática observada es la organización inadecuada e incorrecta de varios de los espacios, lo cual no proporciona condiciones de confort para la relación entre el comprador y vendedor. **Objetivo:**



Elaborar un anteproyecto de arquitectura que contemple la planificación del mercado comunitario de la parroquia de Chiquintad. **Metodología:** Cualitativo. **Resultados:** Como resultados propone una solución inicial de diseño que establezca las bases para la futura construcción de la parroquia rural de Chiquintad, proponiendo un equipamiento basado en principios modulares y flexibles que promueva los usos múltiples. Además, genera condiciones adecuadas para el intercambio comercial en un ambiente confortable, posicionando al diseño como un catalizador del crecimiento económico local. El diseño incorpora materiales autóctonos y medidas pasivas que aseguran su adaptación al entorno urbano.

2. “Central de abastos e intercambio comercial regional, Raxruhá, Alta Verapaz, Guatemala”

Autor: Túchez (2018) en su estudio describe como problemática la de una actividad comercial que no se realiza exitosamente, ya que presenta una carencia de zonas amplias que respondan a las exigencias antropométricas y garanticen una circulación eficiente. **Objetivo:** Entregar a la municipalidad de Raxruhá, Alta Verapaz, con el fin de brindar un espacio comercial eficiente y fomentar el desarrollo económico municipal. **Metodología:** Cualitativo – Descriptivo. **Resultados:** Como resultados presenta una infraestructura, que toma en cuenta los criterios ambientales (viento - ventilación cruzada, confort climático, sombra – radiación solar) criterios urbanísticos (Elementos arquitectónicos tradicionales, tipos de vehículos, prioridad al peatón, etc.), criterios morfológicos (protección de la lluvia, drenaje, rentabilidad, etc.), criterios funcionales.

2.1.2.2. A nivel nacional.



1. "Propuesta arquitectónica de un mercado de abastos para descentralizar la actividad comercial del distrito de Pomalca"

Autor: Millones D. (2023) según su análisis menciona que, se llegó a constatar que el mercado de Pomalca no está adecuadamente preparado para abastecer a la comunidad, en un entorno donde predomina el comercio informal. Además, alrededor del mercado, existe un notable comercio informal, y la zona en la que se encuentra es la más concurrida por los comarquemeros, y el distrito no cuenta con otras instalaciones comerciales que ofrezcan un servicio de abastecimiento.

Objetivo: proponer un diseño de un mercado de abastos que permita redistribuir la actividad comercial, descentralizando así el comercio en el distrito de Pomalca. **Metodología:** la investigación siguió una metodología aplicada, utilizando un enfoque mixto que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, con un nivel descriptivo de investigación y un diseño no experimental.

Resultados: El proyecto del mercado de abastos fue planteado en una ubicación estratégica, alejada del centro de la ciudad, con el fin de favorecer la integración y promover la descentralización comercial del distrito. La entrada principal, que se orienta hacia la avenida 25 de junio, es propuesta como la más visible y atractiva, ya que esta calle es empleada con regularidad por los residentes de la zona. En cuanto a los niveles, se diseñó una infraestructura de 2 niveles; donde, el primer nivel dispone de locales comerciales que ofrecerán productos esenciales, como verduras, frutas, carnes, etc., así como puestos de comida rápida, distribuidos de forma estratégica para facilitar el acceso de los usuarios. El segundo nivel se diseñó con áreas de descanso y convivencia, como pasarelas, comedores, zonas de estar, que promoverán la interacción



social y aportarán una mayor calidad espacial al proyecto con una distribución jerárquica de los espacios.

2. “Mercado de abastos para el distrito de Laredo, Trujillo”

Autores: Chuquimango & Pretell (2022) describe, partiendo de la problemática encontrada, que la infraestructura del mercado se encuentra en mal estado, debido al colapso de varias áreas y el desorden interno, lo que afecta negativamente la capacidad para realizar las actividades comerciales de forma óptima y eficiente; se plantea un objetivo. **Objetivo:** Crear un diseño arquitectónico para un mercado de abastos, fundamentado en principios de habitabilidad, que responda tanto a las necesidades actuales como a las futuras del Distrito de Laredo.

Metodología: Se adoptó una metodología de enfoque mixto (cuantitativo-cualitativo), se alcance descriptivo y un diseño aplicado. **Resultados:** A diferencia de los mercados tradicionales, este proyecto propone un diseño moderno que incluye alamedas internas y externas. Así la experiencia de ir al mercado no se reducirá solo al comercio, sino que se ampliará a otros comunitarios. Además, la funcionalidad del proyecto se estructuró a través de ejes de circulación definidos entre pasillos y módulos de venta, logrando una organización eficiente que se adapta a la forma volumétrica. Desde el enfoque tecnológico y ambiental, se consideró una distribución espacial que responde al análisis del asoleamiento, de modo que las zonas que no requieren incidencia solar directa estén resguardadas.

3. “Nuevo mercado de abastos San José y centro gastronómico en el distrito de Jesús María”



Autor: Chavez & Pizarro (2022) presentan como problemática, la carencia de oferta comercial que revalorice el espacio público para una mayor interacción entre usuarios al realizar sus actividades, el cual también cumpla estrictamente la normatividad de la zona de estudio. **Objetivo:** Plantear un diseño que conecte con la comunidad, revalorice el mercado como espacio público y lo proyecte como un centro cultural y turístico para la ciudad. **Metodología:** el estudio se inicia desde una perspectiva descriptiva, centrada en la visión de proyectos arquitectónicos, evolucionando posteriormente hacia un análisis explicativo que se fundamenta en referentes conceptuales. **Resultados:** Para consolidar al mercado y centro gastronómico como espacio público y nuevo referente urbano, se generó una arquitectura abierta y accesible, con una envoltura ligera y transparente que permita la integración visual y funcional con la ciudad, haciendo que el usuario se identifique como parte del entorno del mercado. Así, se fortalecería la identidad colectiva y sentido de comunidad entre los habitantes de la ciudad.

4. "Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial"

Autor: Rodriguez (2019) manifiesta como problemática, la actividad comercial predominante enfocada en productos agrícolas de primera necesidad; no obstante, esta actividad ha ocasionado conflictos, principalmente por la ubicación inadecuada de los espacios destinados al comercio. **Objetivo:** Estudiar la arquitectura de los mercados de bastos en el distrito de Casma, comprendiendo su funcionalidad, forma, relación con el entorno, organización espacial, componentes constructivos, impacto ambiental y tecnológico, además de su valor simbólico y social, con el fin de contribuir a una mejorar en la



dinámica urbana y comercial local. **Metodología:** Este estudio se clasifica bajo dos enfoques mitológicos. Por un lado, según el tipo de datos, como investigación mixta, por otro lado, en cuanto a su propósito, es una investigación descriptiva, explicativa y correlacional. **Conclusión:** Finalmente, se evidencia que los mercados y puestos comerciales del distrito de Casma no satisfacen las condiciones normativas requeridas, lo que limita su adecuado funcionamiento y desarrollo.

5. “Mercado de abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, ubicado en la ciudad de Chiclayo”

Autor: Miranda (2019) describe que el tema surge ante el caos del Mercado Modelo en Chiclayo. Por ello, se planteó diseñar un nuevo mercado de abastos en el sector centro, considerando las necesidades recogidas directamente de los principales usuarios, lo que permitió consolidar una propuesta funcional y contextual. **Objetivo:** Desarrollar una propuesta arquitectónica para un mercado de abastos en el área del Distrito de Chiclayo, orientado a satisfacer las demandas de productos básicos de consumo en esta zona, contribuyendo al fortalecimiento de la oferta comercial local. **Metodología:** Tesis Cualitativa – Descriptiva. **Resultados:** como propuesta presenta una infraestructura con diversas características. 1) Volumen: El diseño contempla un volumen sólido que se extiende a lo largo del terreno, adaptándose a la topografía y dimensiones del sitio. 2) Segmentación de volúmenes: El bloque sobre la superficie se divide según las necesidades de circulación peatonal y la estructura urbana circundante, creando una relación eficiente con el entorno. El área de venta de productos pasa a constituir tres naves. 3) Niveles y retiros: para dar jerarquía a la nave principal se procedió a dotarla de una altura distinta, y



considerar en esta una cobertura diferente. 4) Luminosidad y ventilación: Se generan mediante un concepto de "tejido" que se repetirá en la fachada y cubierta de la nave principal. Las naves secundarias contarán con claraboyas para la ventilación centralizada. 5) Circulaciones: el acceso y circulación dentro del espacio se proporcionarán mediante rampas, escaleras y corredores.

6. "Intervención del mercado el inca como parte del eje dinamizador de los sectores quintas, I y II, Distrito La Victoria"

Autor: Vargas (2021) menciona que, desde un enfoque urbano, el estudio se centró en el análisis de sectores del distrito de La Victoria y el Mercado El Inca, donde se detectaron condiciones precarias y una evidente desconexión con la zona norte y el eje dinamizador del área. Esto permitió reconocer dos realidades distintas reflejadas en las características y deterioro de las infraestructuras.

Objetivo: como base en el conocimiento de la dinámica de los sectores y la identificación de sus patrones predominantes, se establecieron estrategias urbano-arquitectónicas. A la par, se realizó un análisis estructural y espacial del determinado mercado, con el fin de intervenir en su renovación, mejorar sus condiciones funcionales y extender su vida útil. **Metodología:** El enfoque de la presente investigación es mixto, además, se recurrió a técnicas como encuestas, fichas de cotejo, observación sistemática y mapeo urbano, generando información de tipo mixto. El estudio se enmarcó en un enfoque descriptivo, orientado a identificar e interpretar factores del entorno y patrones de comportamiento vivencial. **Resultados:** La renovación del mercado El Inca se planteó mediante dos enfoques proyectuales a través del diseño contemporáneo y la arquitectura flexible, permitiendo que el mercado tenga un diseño y uso coherente a la época, adaptándose a su contexto y funciones



dadas en el sector. Las mejoras físicas y organizativas permitirán optimizar el mercado y su entorno, con beneficios inmediatos y a futuro.

2.1.2.3. A nivel local.

1. “Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave”

Autor: Chura & Figueroa (2018) mencionan que su proyecto responde a la necesidad de la población, de la ciudad de Ilave, ya que la dinamización comercial y el crecimiento urbano, demandan de mayores equipamientos y mejores condiciones de servicio, salubridad, higiene y confort para sus usuarios (comerciante y consumidor final). **Objetivo:** Formular el proyecto arquitectónico del Mercado de Abastos para la ciudad de Ilave, orientado a mejorar las condiciones físicas y funcionales para la venta y el almacenamiento de productos esenciales. **Metodología:** El proceso metodológico general que se aplicó fue el método deductivo – inductivo. **Resultados:** Como resultado presenta un diseño de espacios especializados que permitirán optimizar las condiciones de venta y almacenamiento de productos de primera necesidad, reduciendo los impactos negativos sobre la salud y el medio ambiente. Asimismo, se propone un mercado con enfoque tradicional, incorporando estrategias para una adecuada gestión de residuos. Igualmente, se considera la implementación de sistemas de energías renovables a través del uso de una doble piel arquitectónica y paneles solares fotovoltaicos, combinados con una estructura construida con materiales prefabricados. Además, se incorporan áreas recreativas y de esparcimiento que fortalecen la vitalidad del espacio comercial, posicionando al mercado como un referente innovador en cuanto al uso de tecnologías sostenibles.

2.2. BASES TEÓRICAS



2.2.1. Arquitectura comercial

Este campo de la arquitectura entiende que el comercio necesita entornos que optimicen tanto la rentabilidad como la eficiencia del intercambio de bienes. Desde esta perspectiva, la arquitectura comercial reconoce que facilitar el intercambio rentable de bienes es una de sus funciones esenciales, especialmente en el contexto de los centros comerciales.

En el entorno urbano, la arquitectura comercial se encarga de crear edificaciones orientadas a satisfacer las necesidades del mercado, permitieron el desarrollo de actividades comerciales con fines de lucro (Hernández & Andreeva, 2016).

2.2.2. Mercado central de abastos

Un mercado central de abastos “es una unidad económica, social y cultural que abarca una ciudad principal o núcleo urbano y sus áreas circundantes, incluyendo suburbios y otras ciudades más pequeñas que están interconectadas”, (Glaeser, 2011). En términos arquitectónicos, el mercado central no solo debe funcionar como un espacio de transacciones, sino también como un lugar que fomente la convivencia, la interacción y el crecimiento urbano sostenible. La manera en que se diseñan y organizan estos espacios influye de forma significativa en el bienestar de quienes los habitan y en la eficiencia de la metrópoli en su conjunto (Lynch, 1960).

2.2.3.1. Diseño arquitectónico y espacial de un mercado central.

La concepción de un mercado central no solo busca satisfacer las necesidades comerciales, sino también garantizar el flujo adecuado de personas y mercancías, asegurar la seguridad de los usuarios y promover un entorno confortable (Portillo). Algunas consideraciones incluyen:



- **Distribución flexible**

Espacios que puedan adaptarse a diferentes tipos de comerciantes y productos.

- **Ventilación e iluminación natural**

El uso de la luz y la ventilación naturales es esencial para crear un ambiente agradable y sostenible.

- **Accesibilidad universal**

El mercado debe ser accesible para personas con movilidad reducida y otros grupos vulnerables.

- **Espacios públicos abiertos**

Zonas comunes para el esparcimiento, como patios, plazas y áreas verdes.

2.2.3.2. Funciones de un mercado central.

A. Intercambio comercial: El mercado central es el espacio donde se realizan transacciones de productos alimenticios, bienes de consumo y productos artesanales. Su rol es asegurar el acceso a bienes esenciales, especialmente en ciudades densamente pobladas (Pareja, 2017).

B. Centro de integración social y cultural: Estos mercados suelen ser espacios vibrantes que reúnen a personas de diferentes clases sociales, etnias y culturas. La arquitectura de un mercado central puede facilitar la interacción entre diversos grupos, fortaleciendo el sentido de comunidad y pertenencia (Benavides, 2023).

C. Impulso económico: Los mercados centrales no solo benefician a los vendedores y comerciantes, sino que también pueden generar empleos y



fomentar la economía local, tanto en áreas de alimentos como en productos de uso diario o artesanales.

D. Espacios de encuentro y recreación: Además de su función comercial, los mercados pueden convertirse en espacios recreativos y de ocio, con áreas de descanso, eventos culturales, actividades comunitarias y servicios adicionales como restaurantes, cafés y zonas de esparcimiento (Pareja, 2017).

E. Sostenibilidad y autosuficiencia: En algunos contextos, los mercados centrales fomentan el consumo de productos locales, orgánicos y sostenibles, promoviendo el comercio justo y las economías circulares (Pareja, 2017).

2.2.3.3. Componentes fundamentales de un mercado central.

- **Zonas comerciales y de intercambio:** En el corazón de un mercado central se encuentran los espacios comerciales, que incluyen tanto comercios de gran escala (como centros comerciales o mercados mayoristas) como mercados locales y tiendas especializadas. La arquitectura de estos espacios ha de ser un modelo ajustable, escalable y versátil a las necesidades cambiantes del comercio moderno, mientras fomenta la interacción física entre compradores y vendedores.
- **Edificaciones residenciales integradas:** La coexistencia de espacios comerciales y residenciales en la misma área es clave para el éxito de un mercado central. La arquitectura debe permitir que las viviendas se integren de manera fluida en el entorno, asegurando calidad en la vida diaria de los habitantes sin sacrificar la accesibilidad al comercio y los servicios.



- **Espacios verdes y públicos:** La inclusión de parques, plazas y áreas verdes es primordial no únicamente para fortalecer la calidad ambiental, sino también para ofrecer un espacio de descanso y recreación. La planificación de estos espacios, dentro del mercado central, fomenta la interacción social y proporciona una pausa en la densidad de la vida urbana.

2.2.3.4. El mercado central como espacio de interacción.

La arquitectura de un mercado central debe facilitar una transición suave entre los entornos públicos y privados, donde la actividad comercial pasa a ser un componente clave del espacio público. Esto significa que los diseñadores deben crear ambientes donde se enmarcan límites entre el espacio compartido y lo privado no sean rígidos, sino que sean permeables, invitando a las personas a participar y disfrutar de los espacios urbanos (Jacobs, 1961).

Diseño inclusivo y accesible:

Interconexión y accesibilidad universal: Los espacios deben ser diseñados x para cada uno de los estratos sociales, a pesar de su edad, capacidad o estatus económico. Esto implica eliminar barreras físicas, como escaleras, y promover accesos para personas con movilidad reducida. Además, la accesibilidad debe extenderse a todos los niveles del mercado, desde los espacios comerciales hasta las viviendas y las áreas de recreación.

Diseño flexible y adaptable: es necesario que los mercados centrales sean capaces de saber enfrentar las transformaciones en las necesidades comerciales y sociales. Los edificios deben ser diseñados de manera modular, con la capacidad de albergar diferentes tipos de actividades en función de las demandas cambiantes. El diseño adaptable también se extiende a la movilidad



dentro del mercado, permitiendo cambios en las rutas de acceso y la disposición del espacio.

2.2.3.5. Relación con el entorno urbano.

A. Conectividad y accesibilidad: Los mercados centrales suelen estar ubicados en puntos estratégicos dentro de la ciudad para garantizar el acceso fácil y rápido a diferentes sectores de la población, promoviendo la conectividad con otras áreas comerciales, de transporte y de servicios (Miranda Y. N., 2019).

B. Revitalización urbana: Los mercados pueden ser motores de regeneración de barrios, contribuyendo a la revitalización de áreas degradadas o abandonadas de la ciudad. Con un buen diseño arquitectónico, los mercados pueden ser elementos de renovación urbana que estimulan el desarrollo inmobiliario y la inversión en la zona.

C. Estrategia de uso del suelo: Los mercados pueden formar parte de una estrategia mayor de uso del suelo en la ciudad, ayudando a una organización eficiente de los espacios públicos y privados. Pueden servir como nodos comerciales, facilitando la densificación controlada y el desarrollo equilibrado de la ciudad.

D. Impacto ambiental: Un mercado bien diseñado, con materiales sostenibles, sistemas de gestión de residuos y eficiencia energética, puede ser un referente de buenas prácticas ecológicas en la ciudad, reduciendo el impacto ambiental del consumo masivo.

2.2.3.6. Tipos de usuario.

En el concepto de mercados, se incorporó el término “usuarios comerciales”, que engloba tanto a los vendedores como a los compradores

potenciales. Este término describe a todas las partes involucradas en la práctica del comercio, siendo elementos esenciales para el intercambio y la dinámica de los mercados públicos (Mosqueria, 2021).

Por su parte, Vásquez, (2008) caracteriza al usuario en términos de: "El objeto único más importante en la creación arquitectónica".

El usuario es clave en la arquitectura, ya que son sus necesidades las que guían el diseño de los espacios. Al ajustarse a las demandas de la época y respetar sus exceptivas, las soluciones arquitectónicas resultantes serán prácticas y duraderas.

Figura 1

Tipos de usuarios en un mercado

TIPOS DE USUARIOS	
PROVEEDORES	▶ Si bien es importante en el abastecimiento del mercado, la función del proveedor se limita a llegar, descargar y retirarse.
VENDEDORES	▶ Los vendedores son los usuarios, que son abastecidos por los proveedores y se encargan de abastecer a los consumidores minoristas.
CLIENTE	▶ Usuario consumidor, que forma parte del comercio de abastos, y para la comodidad de ellos es que se proyecta.
ADMINISTRATIVOS	▶ El personal administrativo es el encargado de la logística y funcionamiento del mercado.
SEGURIDAD	▶ Usuarios dedicados al orden del mercado
PERSONAL DE LIMPIEZA	▶ El personal de limpieza cumple una de las funciones mas importante del Mercado, la cual asegura la salud de todos los usuarios
HIJOS DE VENDEDORES	▶ Infantes que forman parte del sistema, los cuales desarrollan sus actividades dentro de la guardería del Mercado.

Nota: (Pareja, 2017)

Figura 2

Necesidades de los usuarios de un mercado

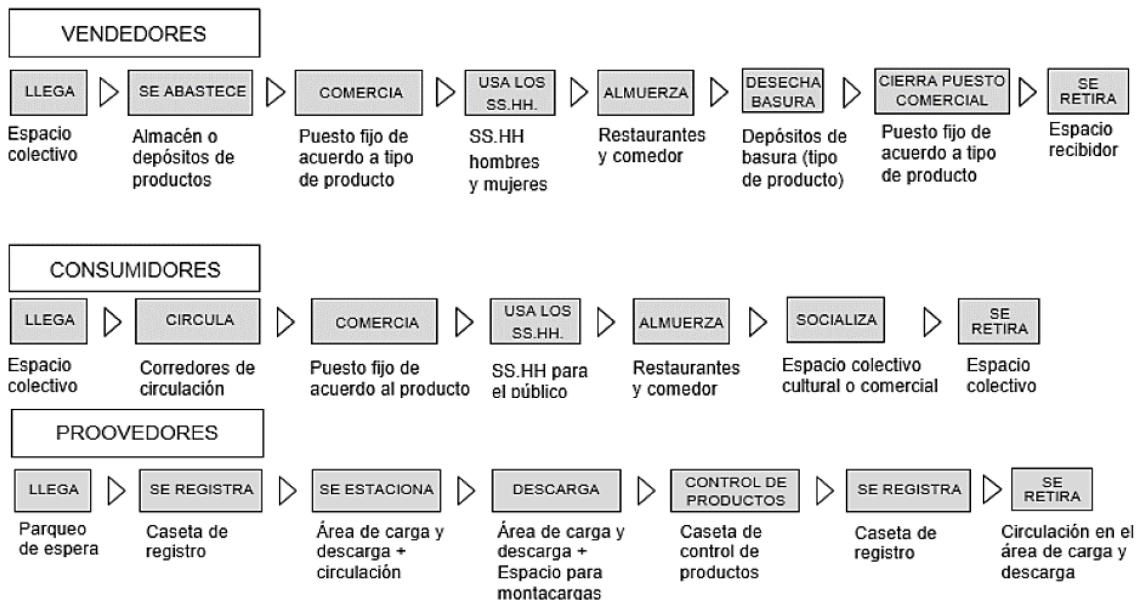
Necesidades y actividades – Usuarios principales

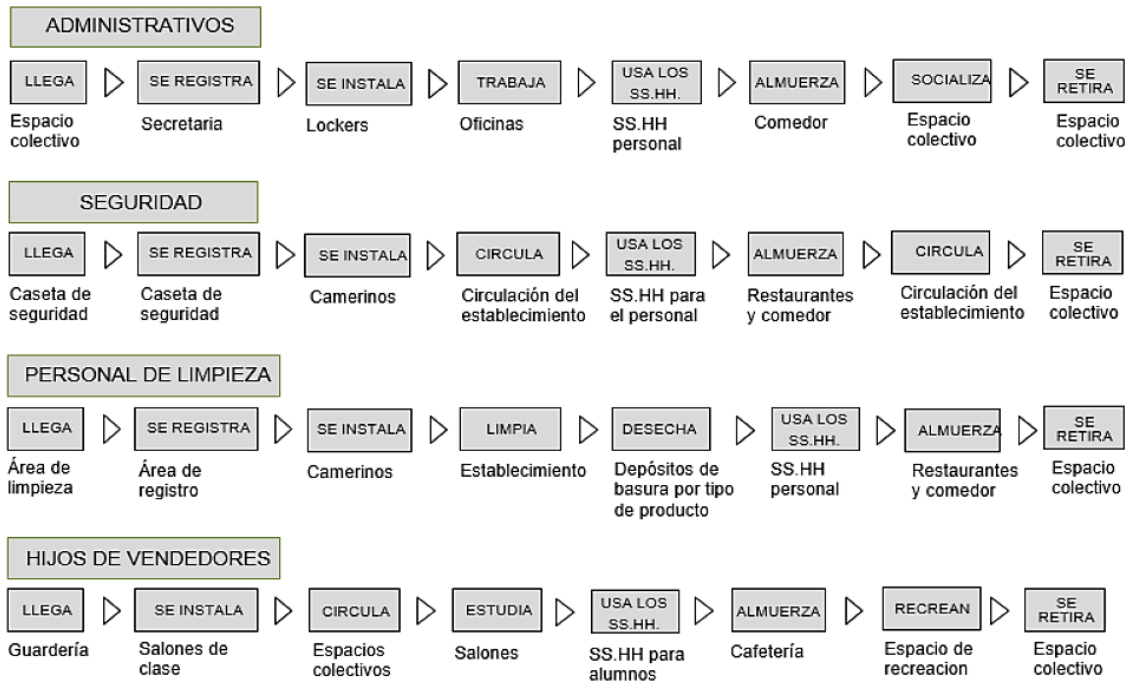
PROVEEDORES	▷	Si bien es importante en el abastecimiento del mercado, la función del proveedor se limita a llegar, descargar y retirarse.
VENDEDORES	▷	Usualmente los vendedores realizan la comercian en su puesto de manera estable, sin embargo estos realizan diversas actividades
CLIENTE	▷	Las actividades y necesidades del consumidor van mas allá del simple comercio, el consumidor socializa, circula, interactúa, etc.
ADMINISTRATIVOS	▷	Los administrativos realizan las actividades de oficina, así como también las básicas.
SEGURIDAD	▷	El personal de seguridad principalmente tiene la función de circular por el establecimiento, sin embargo también realiza las necesidades básicas
PERSONAL DE LIMPIEZA	▷	El personal de limpieza tiene una de las labores mas importantes del mercado, las cuales se desarrollan dentro de todo el establecimiento. Estos usuarios también cumplen sus necesidades básicas dentro del mercado.
HIJOS DE VENDEDORES	▷	Los infantes realizan las actividades de aprendizaje dentro de la guardería del Mercado

Nota: (Pareja, 2017)

Figura 3

Actividades de los usuarios de un mercado





Nota: (Pareja, 2017)

Interacciones de las personas usuarias que se ven representadas en ambientes

- 1. Suministrador:** Las instalaciones están repartidas entre las secciones de carga y distribución de mercancías.
- 2. Expendedor:** conforma todos los puestos de venta según la categoría de usuario y sus elementos asociados.
- 3. Adquiriente o destinatario final:** Los espacios contemplados satisfacen tanto las necesidades del usuario, aparte de las vinculadas al comercio.
- 4. Administrativos:** Zona administrativa y complementos.
- 5. Control y seguridad:** Incluye los vestuarios, así como el control y registro de los usuarios.
- 6. Infantes:** Los espacios corresponden a una guardería ubicada dentro de las instalaciones.
- 7. Equipo de limpieza:** Considera las áreas de servicio y zonas de almacenamiento.



2.2.3.7. Subdivisión espacial de un mercado central.

El diseño y la organización espacial de un mercado central es crucial para garantizar su funcionalidad, accesibilidad y dinamismo. Estos mercados no solo actúan como centros de relaciones comerciales, sino que también se consideran como espacios de interacción social, culturales y recreativos. La subdivisión espacial dentro de un mercado central se debe planificar para acomodar una variedad de usos y actividades que van en un nivel superior de la venta de artículos comercializados, integrando zonas de servicios, espacios públicos y áreas recreativas, todo dentro de un entorno urbano denso.

A. Zonas Comerciales

Áreas de venta primaria: Estas son las zonas de venta más importantes, donde los productos se ofrecen directamente al público. Se subdividen en diferentes tipos según el sector o el tipo de producto. Estos espacios deben estar bien distribuidos, con caminos y pasillos que faciliten la circulación de los compradores.

- Secciones de alimentos

Pueden incluir productos frescos como frutas, verduras, carnes, pescados, panadería, y productos envasados.

- Secciones de productos no alimenticios

Ropa, artesanía, productos electrónicos, cosméticos, etc.

- Sección de productos especializados o de nicho

Aquí pueden ofrecerse productos orgánicos, artesanales, productos locales, entre otros, que se destacan por su particularidad.

Tiendas y pequeños comercios: Las tiendas dentro de un mercado central ofrecen productos más especializados o de mayor valor. Estas pueden estar en



espacios interiores o tener acceso directo desde la calle, y suelen ser más permanentes o de largo plazo.

B. Zonas de Servicios

- Área de información y atención al cliente

Debe ubicarse en un punto visible y accesible, donde los visitantes puedan obtener información sobre productos, eventos y servicios.

- Sanitarios

Las áreas de baño deben estar ubicadas en puntos estratégicos y cumplir con normativas de accesibilidad y comodidad, asegurando que estén bien distribuidos y sean fáciles de localizar.

- Estacionamientos

Espacios para vehículos privados y bicicletas, con un diseño que favorezca la accesibilidad y conecte de manera eficiente con el transporte público.

- Áreas de carga y descarga

Estas son zonas específicas para que los proveedores entreguen mercancías sin interrumpir el flujo de personas. Deben estar separadas de las zonas comerciales principales para evitar congestiones.

C. Zonas Recreativas y de Ocio

- Espacios públicos y áreas comunes

Espacios abiertos como plazas, patios centrales, y áreas ajardinadas que no solo ofrecen un lugar de descanso, sino además de ello, tiene la función de puntos de reunión o encuentro social.

- Restaurantes, cafeterías y zonas de comida rápida

Son esenciales para crear una experiencia de consumo más completa, ofreciendo lugares para comer y descansar. Los restaurantes y áreas de



comida pueden ubicarse en puntos estratégicos dentro del mercado, o en espacios abiertos que conecten con el entorno urbano.

- **Áreas para eventos o actividades culturales**

Pueden incluir espacios para conciertos, exposiciones, ferias temporales y otras actividades culturales o recreativas que permitan al mercado central convertirse en un centro de actividades comunitarias.

D. Zonas de Circulación

- **Pasillos y calles interiores**

La circulación dentro del mercado es clave para asegurar una experiencia cómoda de los asistentes y la eficiencia operativa. Los pasillos deben ser anchos, bien iluminados y ofrecer una buena señalización.

- **Plazas interiores y áreas de descanso**

Espacios que inviten al visitante a hacer una pausa en su recorrido. Estos lugares también pueden ofrecer asientos, fuentes de agua, y vegetación que brinden un ambiente agradable y relajante.

- **Conexiones con el transporte colectivo urbano**

El mercado debe encontrarse presente y bien conectado con las paradas del transporte colectivo urbano como estaciones de metro, autobuses, o ciclo vías, con entradas accesibles y claramente señalizadas.

E. Zonas Administrativas y Operativas

- **Oficinas de administración**

Espacios dedicados a la gestión diaria del mercado. Pueden estar ubicados en zonas secundarias o sobre los niveles superiores del mercado para no interferir con la experiencia del usuario.

- **Almacenes y zonas de almacenamiento**



Espacios para los comerciantes y proveedores donde pueden almacenar mercancías, a menudo situados en áreas menos visibles y en las partes traseras del mercado. Los almacenes deben estar conectados con los sectores de entrega y descarga con el objetivo de simplificar el acceso.

F. Zonas de Exposición y Actividades Temporales

- Espacios para pop-ups o mercados temporales

Estos son lugares donde pueden realizarse exposiciones temporales, eventos, o actividades especiales. El diseño debe permitir que estas zonas se transformen rápidamente y se adapten a las necesidades del momento.

G. Áreas de Innovación Tecnológica

- Espacios interactivos y tecnológicos

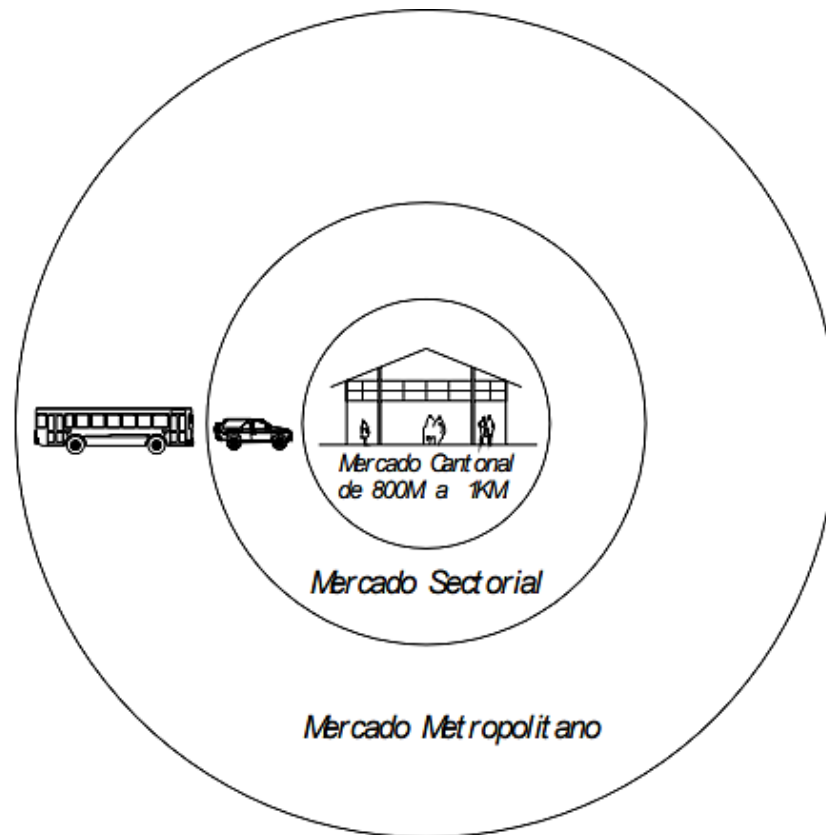
El uso de la tecnología inteligente es clave en muchos mercados centrales modernos. Pueden incluir pantallas interactivas, quioscos de autoservicio, o áreas con realidad aumentada para mostrar productos o información adicional. Estos espacios deben estar integrados de manera fluida con las zonas de venta y circulación.

2.2.3.8. Influencia de población de un mercado central.

Por su localización estratégica, satisface las necesidades de los usuarios en toda la ciudad, con consumidores repartidos por toda el área sectorial (Bracamonte, 2006).

Figura 4

Influencia de los tipos de mercado



Nota: (Bracamonte, 2006)

VARIABLE 1

2.2.3. Mejora de la gestión comercial

La mejora de la gestión comercial es un aspecto clave en el fortalecimiento de las actividades económicas locales, especialmente en contextos donde los comerciantes minoristas operan en condiciones de informalidad o infraestructura inadecuada. Según Kotler & Armstrong (2021), la gestión comercial comprende todas las actividades que permiten optimizar las ventas, distribución y atención al cliente, siendo esencial para lograr la sostenibilidad de los negocios. En este sentido, una infraestructura arquitectónica adecuada, como un mercado central bien diseñado, puede facilitar significativamente estas prácticas al brindar espacios funcionales, accesibles y ordenados.



DIMENSIONES

2.2.4. Espacios comerciales

Los espacios comerciales son lugares diseñados y acondicionados específicamente para realizar actividades comerciales, es decir, para la venta de productos o servicios, o para generar algún tipo de interacción entre un negocio y sus clientes. Estos espacios están pensados para facilitar la experiencia de compra o consumo, promoviendo la comodidad, la accesibilidad y, en muchos casos, una atmósfera que potencie el atractivo del establecimiento (Hernandez, 2012).

Entre ellas se tiene, las tiendas, centros comerciales, restaurantes, oficinas de punto de venta, etc. (Porcelanosa , 2024).

Algunos de los objetivos de los espacios comerciales son:

- Simplificar el proceso de compra y fomentar la fidelidad del cliente.
- Considerar a los empleados, garantizando un espacio de trabajo cómodo y seguro.
- Correspondencia entre el tipo de producto comercializado y el estilo del lugar
- Se garantizará la funcionalidad del lugar para permitir una adecuada interacción entre usuarios, personal y elementos del mobiliario.
- Definir cuanto tiempo pasaran los clientes en la tienda y asegurarse de que ese tiempo sea lo más cómodo y agradable posible.
- La selección de materiales para el mobiliario, pasillos, escaleras, paredes y demás componentes se realizará considerando el tipo de uso previsto, el perfil de los usuarios y la afluencia estimada (Garces, 2019).

2.2.5. Infraestructura y accesibilidad

La importancia de la infraestructura y la accesibilidad en el diseño de un mercado central radica en varios aspectos clave:

- A. Fluidez del tráfico:** Una buena infraestructura de transporte facilita el acceso al mercado, permitiendo que más personas lleguen fácilmente. Esto incluye vías adecuadas, transporte público accesible y estacionamientos bien ubicados (Millones, 2023).
- B. Comodidad y seguridad:** La infraestructura debe garantizar la seguridad de los usuarios, con espacios bien iluminados, áreas de descanso y rutas claras. Esto fomenta un entorno cómodo y acogedor (Millones, 2023).
- C. Sostenibilidad:** Incorporar infraestructuras sostenibles, como sistemas de recolección de agua pluvial o paneles solares, puede reducir el impacto ambiental del mercado y fomentar prácticas sostenibles entre los comerciantes y clientes (Millones, 2023).
- D. Inclusión social:** La accesibilidad es esencial para garantizar que la totalidad de las personas, abarcando a quienes tienen alguna discapacidad, puedan disfrutar del mercado. Esto implica rampas, pasillos amplios, señalización clara y baños accesibles (Millones, 2023).
- E. Espacios multifuncionales:** Diseñar áreas que se puedan adaptar a diferentes usos (eventos, ferias, actividades comunitarias) maximiza el valor del mercado y su uso por parte de la comunidad (Millones, 2023).

Por los criterios que se deberían tomar en cuenta, son:

- **Diseño universal:** Incorporar principios de diseño universal para asegurar que todos los espacios sean utilizables por la totalidad de personas, prescindiendo de alguna adaptación.



- **Accesibilidad en el transporte:** Facilitar el acceso mediante transporte público eficiente y estaciones cercanas, además de considerar ciclovías y espacios para bicicletas.
- **Espacios amplios y bien organizados:** Crear un diseño interior que permita la circulación fluida de personas, con anchos pasillos y zonas de descanso.
- **Señalización clara:** Utilizar señalización visual y táctil que indique rutas y servicios, facilitando la orientación a todos los usuarios.
- **Servicios básicos:** Asegurarse de que el mercado tenga acceso a servicios de agua, electricidad y saneamiento adecuados, así como áreas para la recolección de residuos.
- **Zonas verdes:** Incluir espacios verdes o áreas de descanso que favorezcan la interacción del usuario y propicien la sostenibilidad.

2.2.6. Servicios y equipamientos

Los servicios y equipamiento de un mercado se refieren a las instalaciones y recursos que facilitan el funcionamiento del mercado, así como la experiencia de los compradores y vendedores (Garcia & Garcia, 2018).

Los servicios y equipamiento de un mercado central de abastos son esenciales para garantizar su funcionamiento eficiente y mejorar la experiencia de los usuarios. Por consiguiente, se detalla los más relevantes:

Servicios Importantes:

1. **Alimentación y Bebidas:** Áreas designadas para comida, ya sea a través de puestos o zonas de comida rápida.
2. **Wi-Fi:** Conexión a internet gratuita para los visitantes, facilitando la comunicación y el acceso a información.
3. **Cajeros Automáticos:** Servicios financieros para facilitar las transacciones.

4. **Zonas de Descanso:** Espacios con asientos donde los visitantes pueden relajarse.

Equipamiento Importante:

1. **Sistema de Ventilación:** Para asegurar una buena circulación de aire y confort en el mercado.
2. **Equipos de Carga y Descarga:** Herramientas como carretillas y montacargas para ayudar a los comerciantes con la logística.
3. **Puntos de Carga para Dispositivos:** Estaciones para cargar teléfonos y otros dispositivos electrónicos.

Estos servicios y equipamientos no solo aseguran el funcionamiento del mercado, sino que también contribuyen a crear un ambiente atractivo y funcional, mejorando la experiencia tanto de los comerciantes como de los visitantes.

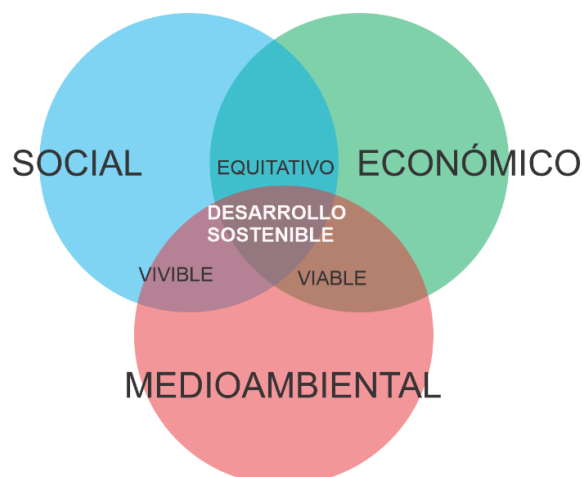
2.2.7. Sostenibilidad de los comerciantes minoristas

La sostenibilidad de los comerciantes minoristas se puede medir a través de indicadores que reflejen los efectos positivos del mercado en términos de rentabilidad, condiciones laborales y responsabilidad ambiental (López A. , 2019).

A. Criterios de sostenibilidad

Figura 5

Criterios básicos del desarrollo sostenible



Nota: (López A. , 2019)

VARIABLE 2

2.2.1. Fortalecimiento de la infraestructura

El fortalecimiento de la infraestructura, entendido como la mejora integral de los espacios públicos y equipamientos urbanos, puede lograrse de manera efectiva a través del diseño arquitectónico. Este permite responder a necesidades concretas de funcionalidad, sostenibilidad, accesibilidad y pertenencia. Según Muñoz (2010), el diseño arquitectónico no solo construye espacios físicos, sino que también estructura relaciones sociales y económicas, incidiendo directamente en la calidad de vida de las personas. En contextos como la provincia de Moho, donde no existe una infraestructura comercial formal, el diseño de un mercado central adecuado representa una oportunidad de fortalecer el tejido urbano, promover la economía local y consolidar una infraestructura resiliente y sostenible.

DIMENSIONES

2.2.2. Sostenibilidad económica

La sostenibilidad económica de los comerciantes está vinculada directamente con la capacidad del mercado para generar ingresos, reducir costos y ofrecer condiciones favorables para su desarrollo (Portillo).

2.2.3. Sostenibilidad ambiental

La sostenibilidad ambiental en una infraestructura, como los mercados, se refiere a cómo los espacios y funciones del diseño ayudan a minimizar el impacto ambiental, reducir residuos y promover prácticas responsables (Thacker y otros, 2018).

Criterios de infraestructura sostenible

- Exposición controlada al sol.



- Condiciones higiénicas y flujo de aire natural.
- Conservación y comportamiento térmico.
- Criterios de optimización del uso energético.
- Elección de materiales

2.2.4. Sostenibilidad social

La sostenibilidad social implica potenciar el bienestar ambiental y de desempeño de los comerciantes, así como fortalecer el sentido de comunidad y promover condiciones equitativas dentro del mercado. Los espacios y funciones del mercado son fundamentales para crear ambientes de trabajo más seguros, cómodos e inclusivos (Huanqui, 2021).

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

2.3.1. Mercado

Un mercado es un área designada por un determinado municipio para la venta de productos básicos, y también una unidad comercial formada por pequeños comerciantes que proporciona a la comunidad los productos esenciales, manteniendo estándares de higiene y sanidad (Mosqueria, 2021).

2.3.2. Mercado de abastos

Se trata de un establecimiento cerrado dedicado a la venta de alimentos, bebidas y otros productos complementarios, generalmente no alimenticios, tanto en cantidades al por mayor como al por menor.

De acuerdo con su escala, los mercados de abastos se dividen en mayoristas y minoristas. Los primeros incluyen centros de grandes almacenes y puntos de venta operados por productores y comerciantes mayoristas, mientras que los mercados minoristas comprenden mercados centrales, zonales, vecinales, locales y ferias populares. Según el alcance de su influencia, los



mercados de abastos se agrupan en comercio vecinal, zonal, especializado y central (Rodríguez D. A., 2023).

2.3.3. Comercio

Según García (2015) “el comercio ha sido un factor clave en el nacimiento y desarrollo de las ciudades; al margen de criterios geográficos, la historia ha demostrado que las personas siempre se han asentado cerca de puntos comerciales, que responden a la necesidad de satisfacer sus necesidades mediante diversas formas de trueque e intercambios”.

La plaza es y ha sido escenario de numerosas actividades comerciales durante el crecimiento de las ciudades.

2.3.4. Comercio informal

“El sector informal está constituido por el conjunto de empresas, trabajadores y actividades que operan fuera de los marcos legales y normativos que rigen la actividad económica. Por lo tanto, pertenecer al sector informal supone estar al margen de las cargas tributarias y normas legales, pero también implica no contar con la protección y los servicios que el estado puede ofrecer” (Soto, 1986).

2.3.5. Comerciante

Es quien proporciona un servicio o producto a cambio de una retribución económica.

2.3.6. Usuario

Se denomina usuario a la persona que utiliza algo con regularidad. La palabra, que deriva del latín usuarios, describe a la persona que utiliza un objeto o recibe un servicio, ya sea público o privado (Lara y otros, 2011).

2.4. MARCO NORMATIVO



2.4.1. Normas a nivel nacional

2.4.1.1. Reglamento Nacional de Edificaciones (RNE, 2019).

Norma A. 070 Comercio

- Instalaciones destinadas a la venta de alimentos y bebidas – Ministerio de Salud.
- Centro de comercialización de productos básicos – Ministerio de Salud.

Artículo 2.- Los siguientes tipos de edificaciones están incluidos dentro de los alcances de esta norma.

Locales comerciales

- **Tienda.** -. Estructura autónoma, de uno o varios niveles, que puede formar parte o no de otro conjunto edificado, orientada a la venta de productos o servicios específicos.
- **Conjunto de Tiendas.** – Estructura conformada por diversos establecimientos comerciales autónomos, todos contenidos en una única edificación.
- **Tiendas por Departamento.** – Estructura de grandes dimensiones diseñada para la comercialización de una extensa gama de productos.
- **Galería Comercial.** – Edificación que reúne pequeños locales comerciales distribuidos en corredores internos o externos.

Artículo 26.- En el diseño de supermercados y establecimientos minoristas, se deberá considerar un área destinada al almacenamiento de mercancía, cuya superficie mínima será equivalente al 25% del área total de venta. Esta última comprende los espacios asignados a los puestos de venta, a la exhibición de productos y a las zonas de circulación habilitadas para el público.



Será obligatorio disponer de cámaras frías independientes para carnes y pescados. La capacidad de la cámara frigorífica destinada a carnes deberá calcularse en base a un volumen mínimo de 0.002m³ por cada m² de superficie de venta. Para otros productos refrigerados, se requerirá una cámara adicional con una capacidad de 0.03m³ por m² de área de venta.

Artículo 27.- Se asignará un ambiente exclusivo para el manejo de desechos, con una capacidad mínima de 0.03metros cúbicos por metro² de arrea de venta, estableciendo un área de 6 metros². Además, tanto los mercados mayoristas como los minoristas deberán contar con un laboratorio destinado a realizar controles de calidad sobre los productos alimenticios.

2.4.1.2. Norma sanitaria de funcionamiento de mercados de abasto y ferias. R.M. N° 282 – 2003 – SA / DM.

Título II - De las instalaciones de los mercados de abasto y ferias

Artículo 5°. - Ubicación y distribución espacial de los mercados de basto

Es indispensable que los establecimientos se ubiquen en lugares que aseguren la inocuidad alimentaria y prevengan la contaminación del entorno. Para autorizar proyectos de infraestructura en mercados de basto, se requerirá previamente un estudio de impacto ambiental y una evaluación de riesgos que respalden la seguridad de los alimentos ofrecidos al público.

Artículo 7°. - Tratamientos y control de áreas perimetrales

Las áreas externas de los mercados y ferias deberán cumplir con condiciones sanitarias estrictas para prevenir la contaminación de los productos alimenticios. No se permitirá la acumulación de chatarra, residuos, ni el crecimiento de melaza o la presencia de excesos de tierra o polvo.



Asimismo, se prohibirá la existencia de acequias o canales de regadío descubiertos.

Artículo 8°. – Diseño y condiciones para la infraestructura

Los materiales utilizados en la construcción de los mercados deben ser fáciles de limpiar y desinfectar, ofrecer resistencia a la corrosión y garantizar su buen estado con el tiempo. También es importante que estos materiales no transmitan sustancias indeseables a los alimentos.

El diseño del mercado y de las ferias debe incluir espacios adecuados y distribuidos estratégicamente para facilitar las operaciones de mantenimiento, limpieza, comercialización y garantizar la circulación segura tanto de personas como de vehículos.

Los mercados de abasto cumplirán los requisitos siguientes:

- a. El material de los pisos deber ser impermeable, absorbente, fácil de lavar y antideslizante, sin grietas. Además, deberán tener una pendiente mínima del 1,5% para asegurar que los líquidos se deslicen hacia las canaletas o sumideros ubicados de manera adecuada.

Las canaletas estarán equipadas con rejillas metálicas removibles y trampas para la retención de sólidos, con el objetivo de facilitar su recuperación o posterior disposición adecuada.

- b. Las paredes deberán se lisas, sin grietas, hechos de materiales impermeables, fáciles de lavar y de color claro. Cuando sea posible, los ángulos entre las paredes, los pisos y los techos deberán ser redondeados y continuos para facilitar la limpieza y evitar la acumulación de suciedad.



- c. Los techos se determinarán de manera que se prevenga la acumulación de suciedad, además, su altura ser la necesaria para garantizar una correcta circulación del aire.
- d. Estarán completamente techados para evitar plagas. Las ferias contarán con techado parcial sobre los puestos, con un declive mínimo del 2% para el drenaje de lluvia.
- e. En mercados y ferias de 150 puestos o menos, se dispondrá de dos puertas de acceso, localizadas en los puntos extremos, y se incorporará una puerta adicional por cada 100 puestos extra.
- f. Las ventanas y aberturas se determinarán como para evitar la acumulación de suciedad y contarán con dispositivos que bloqueen la entrada de insectos, aves y animales.
- g. Los pasillos deberán tener al menos 2m de ancho para permitir el paso sin obstáculos. No se utilizarán para almacenar ni exhibir alimentos.

Estarán intercambiados para facilitar el flujo hacia las salidas, sin crear zonas de acceso bloqueado.

Artículo 11°. – Tiendas de comida y juguerías.

Los establecimientos estarán sujetos por la regulación específica para la preparación y venta de alimentos establecida por el Ministerio de Salud, ubicándose en un área separada de las zonas de venta de alimentos crudos, servicios higiénicos y depósitos de residuos.

Artículo 15°. - Emergencias

En caso de emergencias, los equipamientos o ferias deberán disponer de:

- a. Un botiquín: con los suministros necesarios para primeros auxilios.



- b. Un extintor: por cada 50 puestos, en buen estado o colocado en un lugar accesible.
- c. Un sistema de mangueras: cada 50 puestos, cerca de las salidas.

Artículo 16°. – Nivel de potabilidad del agua

Para su funcionamiento, los mercados y ferias deberán disponer de un sistema

que asegure el abastecimiento permanente de agua potable, cantidad adecuada y libre de riesgos para la salud.

Artículo 18°. - Iluminación.

Como mercados y ferias estarán provistos de luz optimas, naturales o artificiales, que garantice una intensidad mínima de:

- a. 300 lux en las áreas de recepción y venta de alimentos y bebidas.
- b. En zonas donde se almacenan alimentos y bebidas, y en los puntos de venta de productos no alimentarias, se deberá garantizar una intensidad lumínica de al menos 100 lux.

La distribución de la luz artificial será adecuada para eliminar sobras y brillos. Las lámparas situadas sobre los alimentos deberán tener protección contra roturas para evitar cualquier riesgo de contaminación.

Artículo 19°. - Ventilación

Se debe garantizar una ventilación eficaz en los mercados, según su capacidad y volumen, permitiendo la renovación del aire. Las aberturas contarán con mallas anticorrosivas, desmontables para facilitar su limpieza y mantenimiento.

2.4.1.3. Reglamento sobre vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas. Decreto Supremo N° 007-98-SA.



Título VI - Capítulo I - De La Comercialización

Artículo 78°. – Locales comerciales

Se entiende por locales comerciales de alimentos y bebidas a aquellos locales destinados al fraccionamiento, envasado, distribución y venta de dichos productos. Esto incluye mercados de abasto, autoservicios, ferias, centros de acopio y bodegas.

Artículo 79°. - Requisitos sanitarios de los establecimientos

Los locales de comercialización de alimentos deben cumplir con los siguientes requisitos esenciales:

- a. Deben estar ubicadas en zonas apartadas de cualquier fuente de contaminación.
- b. Deberán garantizar un nivel constante de limpieza en todas sus áreas.
- c. Estar bien ventilados y contar con una iluminación eficiente.
- d. Disponer de agua potable en cantidad necesaria y con sistemas de drenaje operativos.
- e. Mantener en buen estado de limpieza y conservación, sus techos, paredes y pisos.
- f. Contar con servicios higiénicos accesibles y operativos.
- g. Establecer un área interna para la disposición de residuos sólidos, cuyas características físicas deberán ajustarse a las regulaciones sanitarias emitidas por el Ministerio de Salud.

2.4.1.4. Ley general de residuos sólidos.

Reglamento de la ley N° 27314

Artículo 56.- Directrices para la planificación de locales comerciales

El diseño debe contemplar, como mínimo, los siguientes criterios:



- p. Cantidad y clasificación de residuos.
- q. La disponibilidad y el acceso al área deben cumplir con la zonificación determinada por la municipalidad provincial competente.
- r. Asegurar áreas suficientes para la operación segura de equipos y vehículos, evitando interferencias con otras funciones.
- s. Mantener el área de residuos, aislada de las zonas administrativas y de análisis.
- t. Servicios sanitarios para el personal.
- u. Sistemas contra incendio y dispositivos de seguridad.



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. *Enfoque de investigación*

Enfoque: Cualitativo.

Según Hernández et al. (2014) “esta técnica investiga los fenómenos de manera sistemática, iniciando el investigador el proceso mediante la evaluación de los propios hechos para luego plantear el reto de investigación con el fin de producir una teoría que sea compatible con lo que se ve que ocurre”.

Ésta se va encontrando o desarrollando sobre la marcha, a medida que avanza el estudio, dependiendo del contexto y con base en los hechos que ocurren.

3.1.2. *Tipo de investigación*

Tipo: Estudio de caso

Según (Baena, 2017) “el estudio de caso es un tipo de investigación cualitativa que analiza una unidad específica (persona, grupo, comunidad, institución, evento o situación) dentro de su contexto real, con el fin de



comprender sus características, dinámicas y significados”.

3.1.3. Nivel de investigación

Nivel: Aplicativo

Esta "se refiere a un tipo de investigación que busca resolver problemas prácticos y concretos a través de la aplicación de conocimientos teóricos. Este enfoque se centra en la búsqueda de soluciones efectivas y útiles para situaciones específicas, en lugar de limitarse a la generación de conocimiento por sí mismo", según Carrasco (2018).

3.1.4. Diseño de investigación

Diseño: Descriptivo

En este caso, Carrasco (2018) menciona que, “es un tipo de investigación que se centra en observar, describir y analizar características de un fenómeno, grupo o situación específica sin intervenir o manipular variables”. Busca ofrecer una explicación clara y precisa de los que se está analizando.

3.1.5. Método de investigación

Nivel: Analítico

Según Hernández et al. (2014) “es un enfoque de investigación que se centra en descomponer un fenómeno complejo en sus partes componentes para entender mejor sus relaciones, causas y efectos”. Este tipo de investigación busca no solo describir un fenómeno, sino también analizar y explicar los patrones y factores subyacentes que lo configuran.

3.1.6. Ámbito de investigación

La investigación se centra en la provincia de Moho, específicamente en la localidad de Mujumarka, ubicada en el departamento de Puno, Perú.

3.1.7. Población



Una población determinada, en palabras de López & Fachelli (2015) "se refiere al conjunto total de individuos, elementos o unidades que comparten características específicas y que son objeto de estudio."

La población de esta investigación está conformada por especialistas y actores clave vinculados al diseño, planificación y gestión de espacios comerciales públicos. Esto incluye a arquitectos con experiencia en diseño de mercados, funcionarios de la entidad municipal relacionado al desarrollo urbano y económico, así como expertos en planificación urbana y sostenibilidad.

3.1.8. Muestra

La muestra, según el autor Hernández (2014) "es un subgrupo de la población o universo, o también podemos llamarlo como un subconjunto de factores que pertenecen a ese conjunto determinado en sus características que llamamos población".

La muestra fue seleccionada mediante un muestreo intensional por criterios, propio del enfoque cualitativo. Se eligieron informantes clave que cumplen con criterios específicos de experiencia y conocimiento sobre diseño arquitectónico de mercados, normativas técnicas, planificación urbana y desarrollo local.

Este tipo de muestra no busca representar a una población estadísticamente, sino recoger información profunda y relevante para la comprensión del problema y el planteamiento de una propuesta arquitectónica contextualizada y sostenible.

En este sentido, la muestra está conformada por:

- Dos arquitectos especializados en diseño de mercados o infraestructura comercial.



- Un funcionario de la municipalidad de Moho (Gerente de desarrollo urbano).

3.1.9. Técnicas, fuentes e instrumentos

3.1.9.1. Técnicas.

Las técnicas "son los métodos e instrumentos utilizados por el investigador con el fin de recolectar datos", según el autor Gómez (2013).

En esta tesis se aplicaron los siguientes métodos para obtener un resultado exitoso:

- Técnicas de recolección de datos

Este punto se describe en el marco teórico y conceptual, donde se detallan los aspectos teóricos, tanto generales como específicos, de los temas que se desarrollarán, junto con los conceptos fundamentales que sirven de base para la investigación.

Se desarrolló a partir de una investigación bibliográfica, con libros seleccionadas en varias bibliotecas (visual y física).

- Técnicas de procesamiento y sistematización de datos

Para este proceso se emplea el marco lógico operativo estratégico, se emplearon los siguientes medios de procesamiento y sistematización: AutoCAD 2020, ArchiCAD 21, Revit architecture 2020, Lumion 10 Pro, Microsoft Office 2019, Corel Draw x7, Google Earth Pro, Adobe Photoshop 2020, etc.

- Técnica de análisis de datos.

3.1.9.2. Fuentes e Instrumentos de investigación.

Para recopilar datos, se utilizarán las siguientes herramientas:

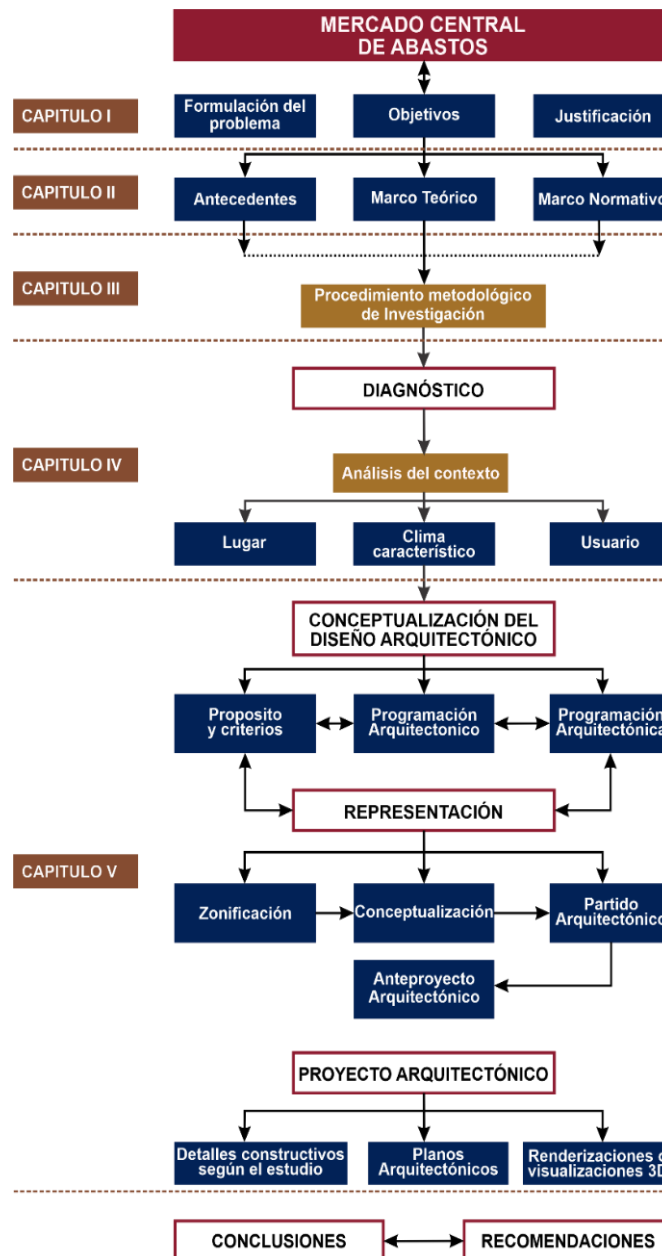
- Entrevistas: Guía de entrevista semi – estructurada
- Investigación y bibliografía

- Análisis de casos similares
- Mapas, planos, tablas y otros materiales cartográficos.
- Registro fotográfico apuntes respectivos
- Trabajo de Campo (observación e interacción directa con la población de Moho)

3.1.10. Cuadro metodológico de la investigación

Figura 6

Esquema de procedimiento metodológico de la investigación



CAPÍTULO IV

MARCO REAL

4.1. Análisis a nivel provincial

4.1.1. Caracterización del territorio

4.1.1.1. Ubicación geográfica.

País : Perú

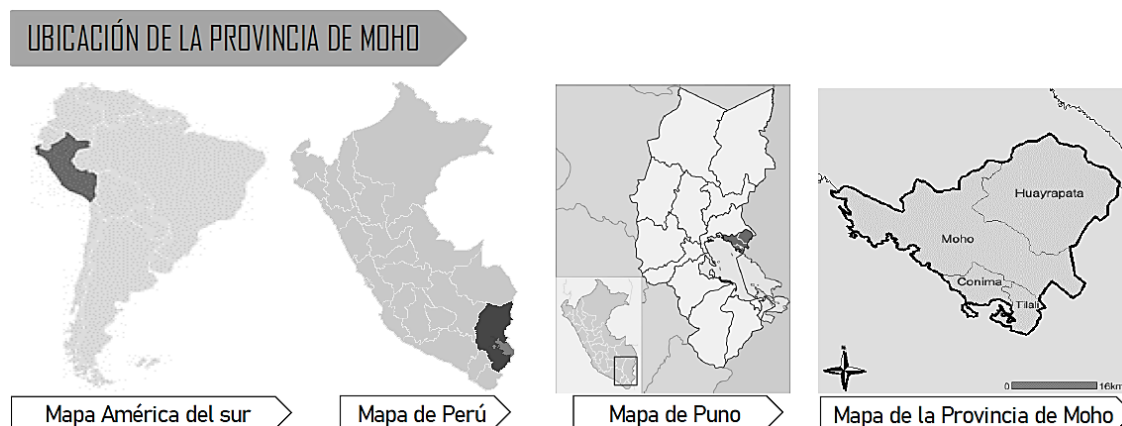
Departamento : Puno

Provincia : Moho

Distrito : Moho

Figura 7

Ubicación geográfica de la provincia de moho





La provincia puneña de Moho fue creada por ley N° 25360, conocido como "Jardín del Altiplano", "cuna de sicuris, compositores y autores", está establecida a 38.30km de la provincia puneña de Huancané de la región Puno.

Encontrado a una elevación de 8,811m.s.n.m., con una extensión de 1,005.25km².

4.1.1.2. Limites.

Noroeste y noreste : Provincia de Huancané

Este y Sureste : República de Bolivia

Suroeste : Lago Titicaca

4.1.1.3. Geografía.

Su superficie abarca los 1 005,25 kilómetros². Esta constituido políticamente por los siguientes distritos:

- Conima
- Huayrapata
- Tilali
- Moho

4.1.1.4. Población.

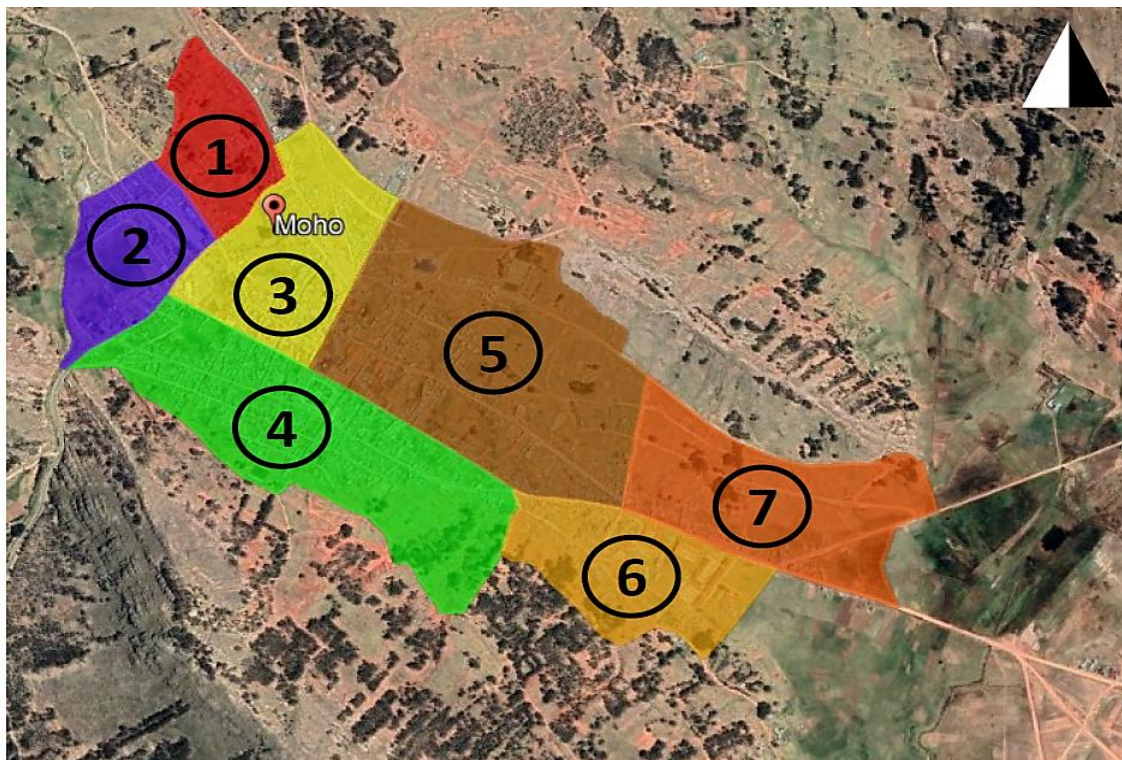
De acuerdo con los datos del censo del 2017, la población del Distrito de Moho era de 19, 753 habitantes, lo que representa el 61.26% del total de la población de la Provincia y el 1.34% de la población total del departamento de Puno.

4.1.1.5. Sectorización.

La zona urbana se sectoriza en 7 secciones, de acuerdo con lo que se muestra a continuación:

Figura 8

Sectorización de la zona urbana de la provincia de Moho



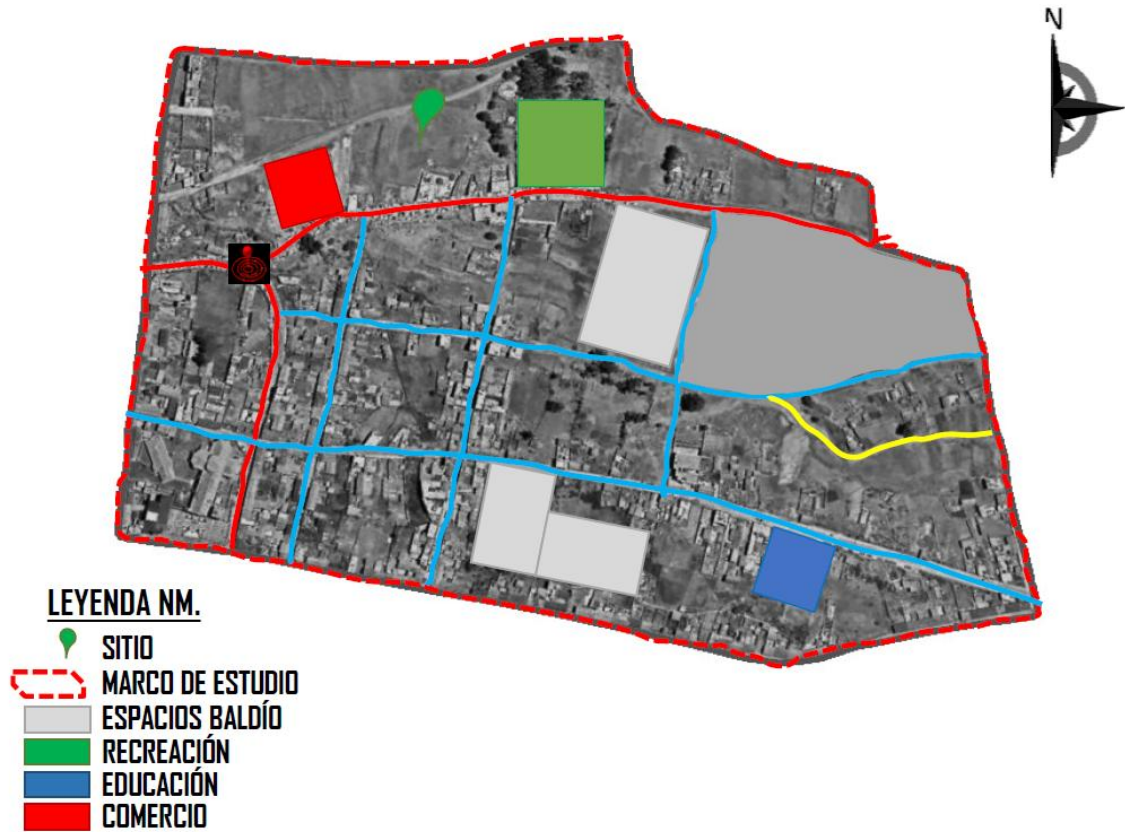
4.1.1.6. Equipamientos y espacios públicos.

La provincia de Moho cuenta con diferentes equipamientos, entre ellos tenemos:

Figura 9

Equipamientos existentes en la provincia de Moho





4.1.1.7. Traza urbana.

Es un tipo de trazo que se genera espontáneamente, es decir, no existe una planificación urbana. Un tipo de ciudad medieval.

Figura 10

Traza urbana de la provincia de Moho

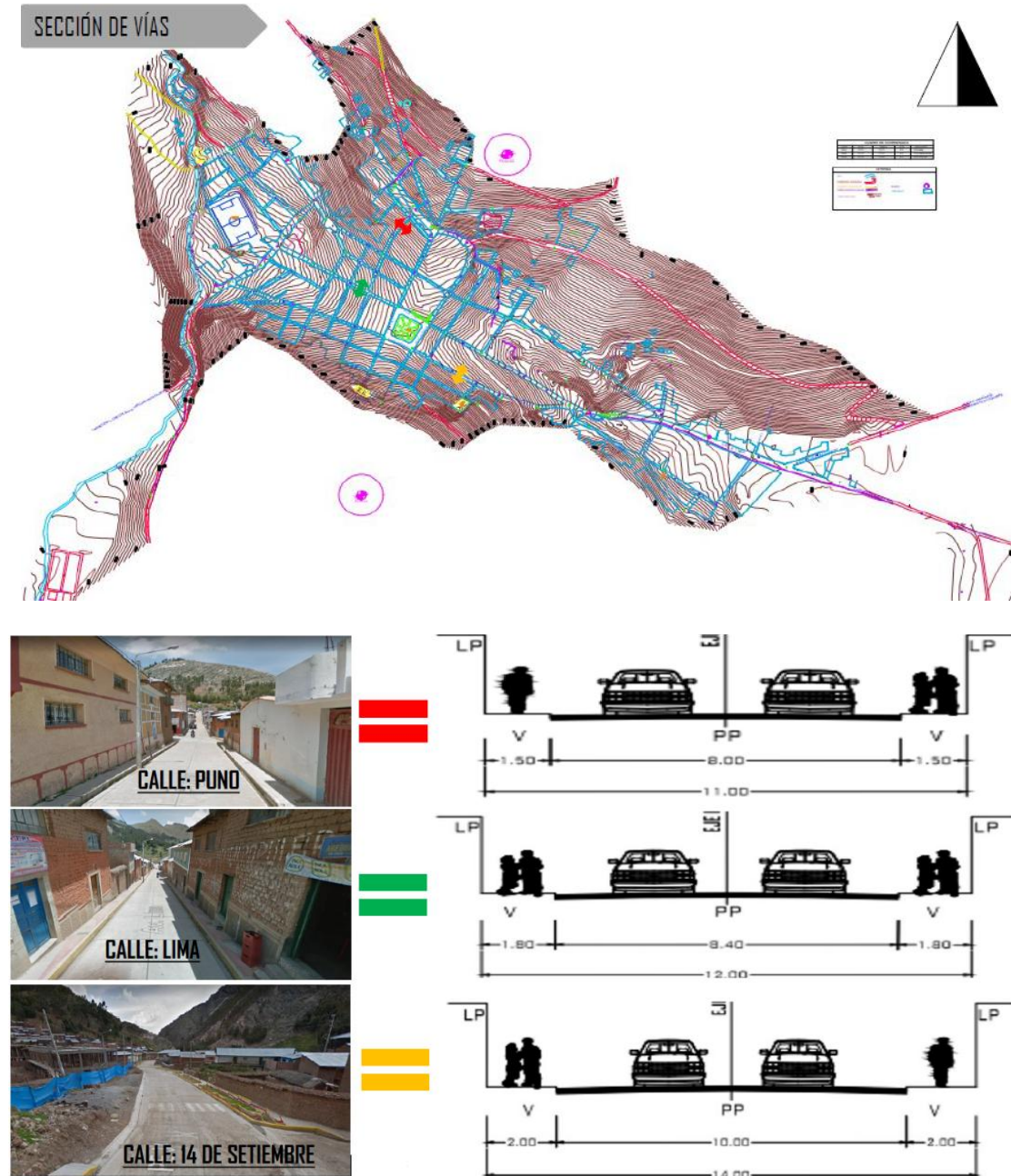


4.1.1.8. Análisis vial.

A. Secciones viales

Figura 11

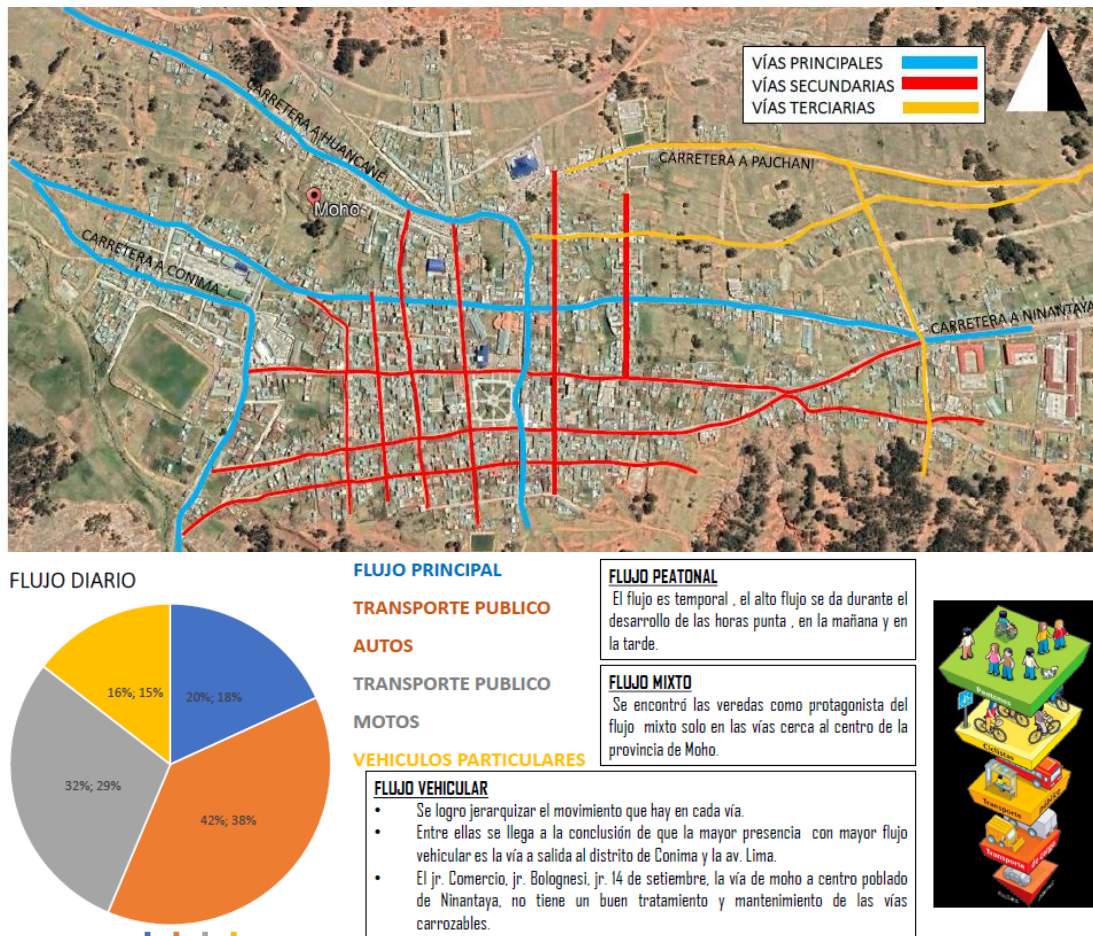
Secciones viales de la provincia de Moho



B. Flujos viales

Figura 12

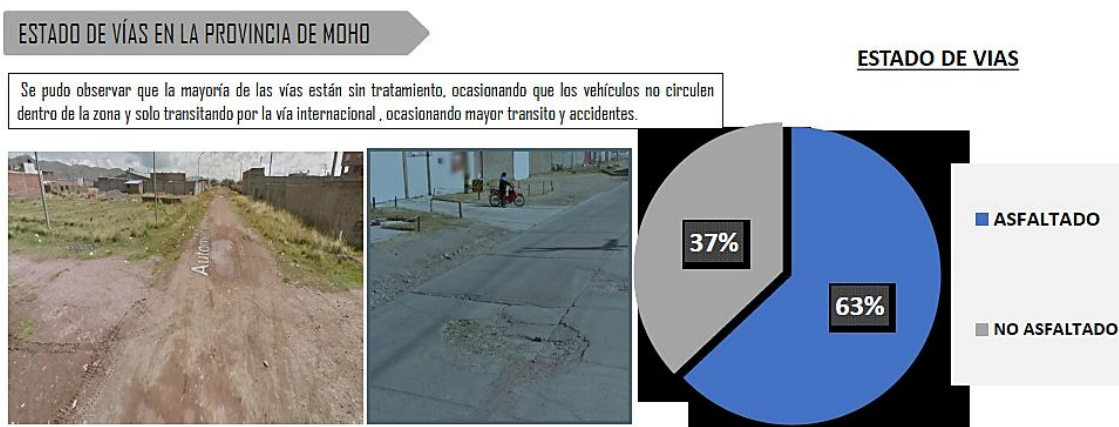
Flujos viales en la provincia de Mocho



C. Estado de vías

Figura 13

Estado de vías en el distrito de Mocho



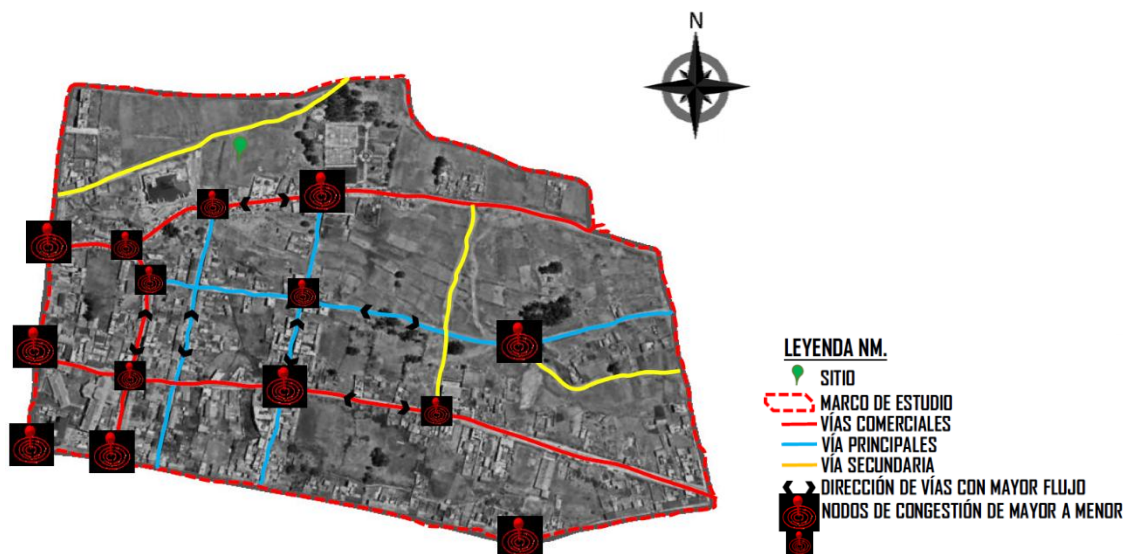
Las calles de la provincia de Mocho son muy estrechos y angostos para vehículos de carga pesada, que las calles de mayor metrados será de 14.00 metros, 12.00 metros, 10.00 metros, a 6.00 metros y en su superficie son muy elevados, con desnivel en todas las calles como en la topografía.



D. Sistema vial y nodos de congestión

Figura 14

Sistema vial y nodos de congestión del distrito de Mocho



E. Topografía

Se sitúa en la zona ribereña de la península de la provincia de Mocho, en el Lago Titicaca, donde las formaciones rocosas y depresiones sirven como contrafuertes naturales, protegiendo el área de los fuertes vientos y el oleaje que suelen intensificarse por la tarde.

Figura 15

Topografía del distrito de Moho

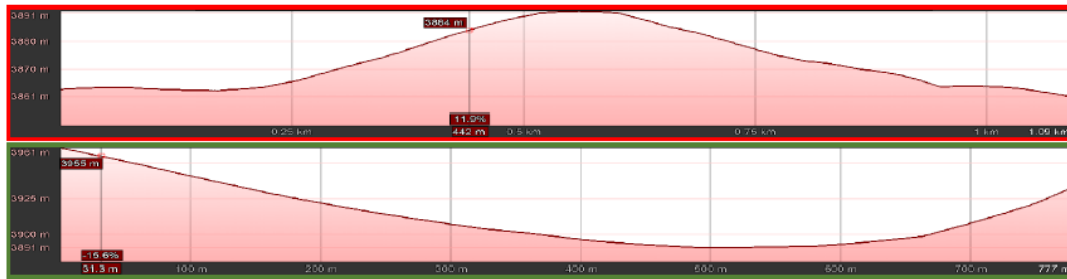


- El relieve es irregular, destacándose laderas y cerros rocosos, así como pampas, cerros menores y quebradas que se entrelazan en gran parte de su extensión.
- Hay zonas idóneas para la agricultura de subsistencia, además de ser un lugar adecuado para practicar turismo de aventura y ecológico, con opciones para caminatas y escala.

Figura 16

Cortes topográficos de la provincia de moho





4.1.1.9. Flora y fauna.

En su territorio, se observa una rica variedad de flora y fauna silvestre, entre las cuales se encuentran hierbas aromáticas y medicinales, gramíneas, pastos naturales, arbustos y árboles.

En su diversidad faunística, se destacan las siguientes aves silvestres principales: choccas, cormonares, patos, colibríes, nadurias, zambullidores, zorros, vizcachas, vicuñas, etc.

Figura 17

Flora y fauna del distrito de Moho



4.1.1.10. Diagnostico climático.

El clima moheño es atemperado y helado, posee algunas areas con un clima en particular en las riberas el Lago Titicaca, evidenciándose en el año una división climática en dos estaciones y marcadas.

- De abril a septiembre: seca

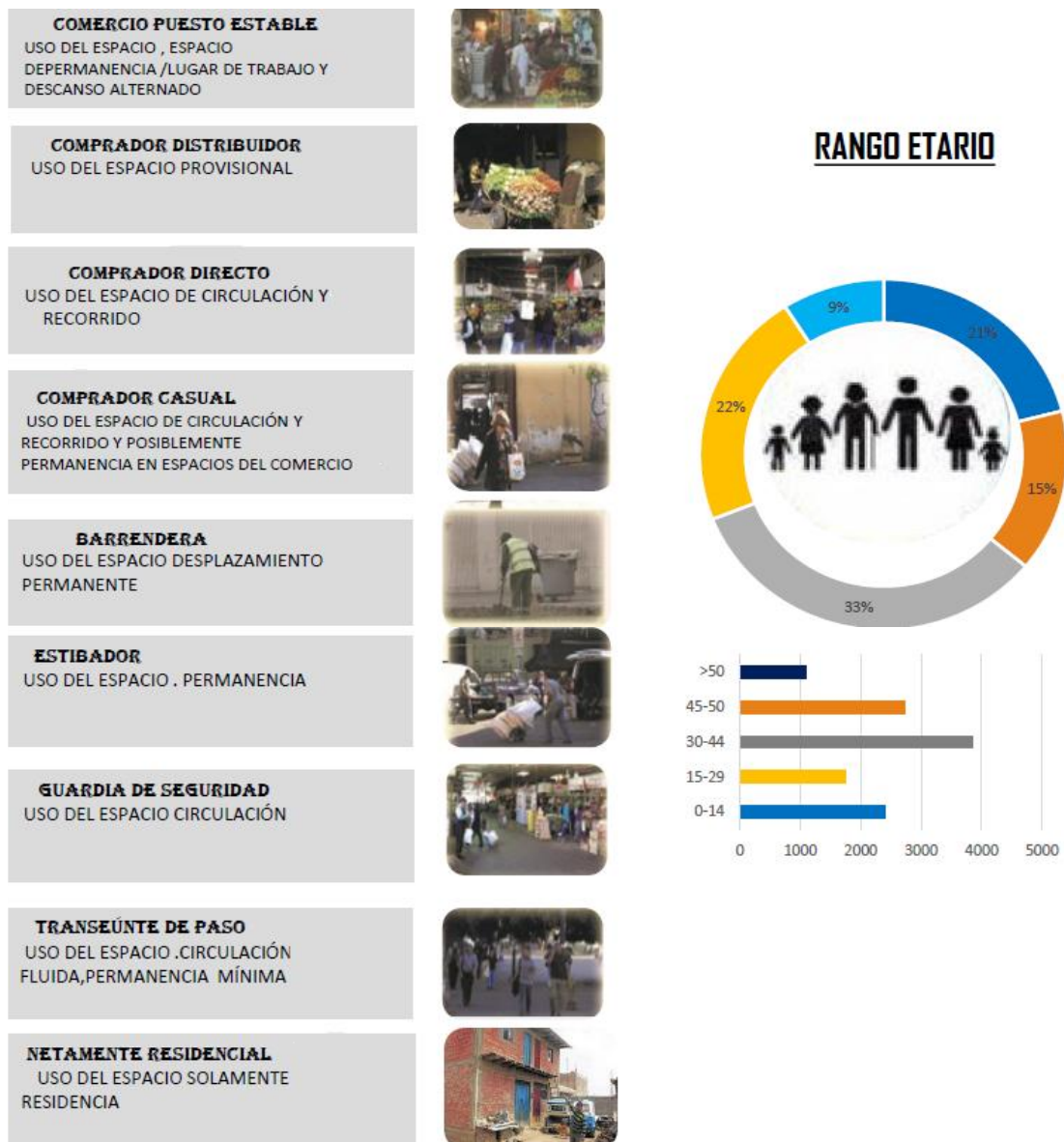
- De mayo y julio es frígido, con caídas intensa de heladas y ausencia total de las lluvias. Fluctuando dentro de los 14°C como temperatura máxima y en 3°C como mínima.
- En los meses de julio y agosto: corren vientos que recorren la zona de sur a norte, cubierto de vientos cargados de polvo.

4.1.2. Análisis etnográfico

4.1.2.1. Ocupaciones por usuarios – sectores.

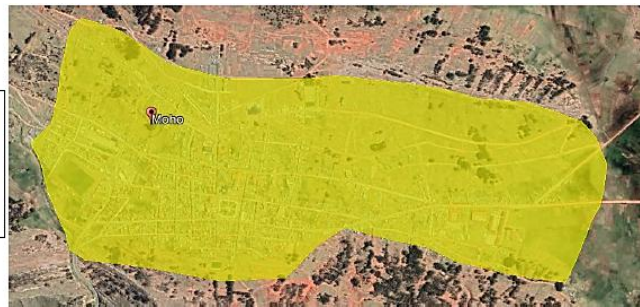
Figura 18

Ocupaciones de los residentes del distrito de Moho



4.1.2.2. Idioma.

IDIOMA: La provincia de moho en caso de idioma natal netamente aymara, que hay un poco cantidad de quechuas que son yernos, que perteneces a la provincia de moho, tal cual como el castellano.



4.1.2.3. Costumbres.

Figura 19

Diferentes costumbres del distrito de Mocho



LA TRADICIÓN RITUAL A LA PACHAMAMA DE 4 SUYOS



LA DANZA DE LOS AHUKI AHUKIS



AGRUPACIÓN DE SICURIS EN LA PROVINCIA MOHO



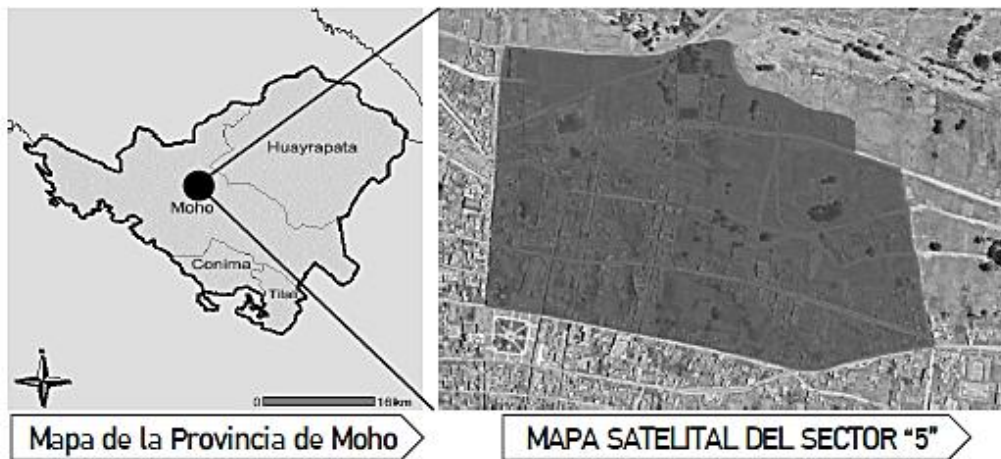
LA DANZA DE LOS CULLARANIS

4.2. Análisis a nivel local

4.2.1. Ubicación y delimitación del área específica de estudio

Figura 20

Ubicación y delimitación del área específica de estudio



4.2.2. Aspectos del sistema económico del lugar

Predominancia del Comercio Informal:

La mayoría de los vendedores en Mocho operan de manera informal, lo que implica que muchos no están registrados en los sistemas tributarios ni cuentan con permisos o infraestructura adecuada. Estos vendedores están involucrados principalmente a la oferta de elementos agrícolas, artesanías, alimentos y artículos de primera necesidad.

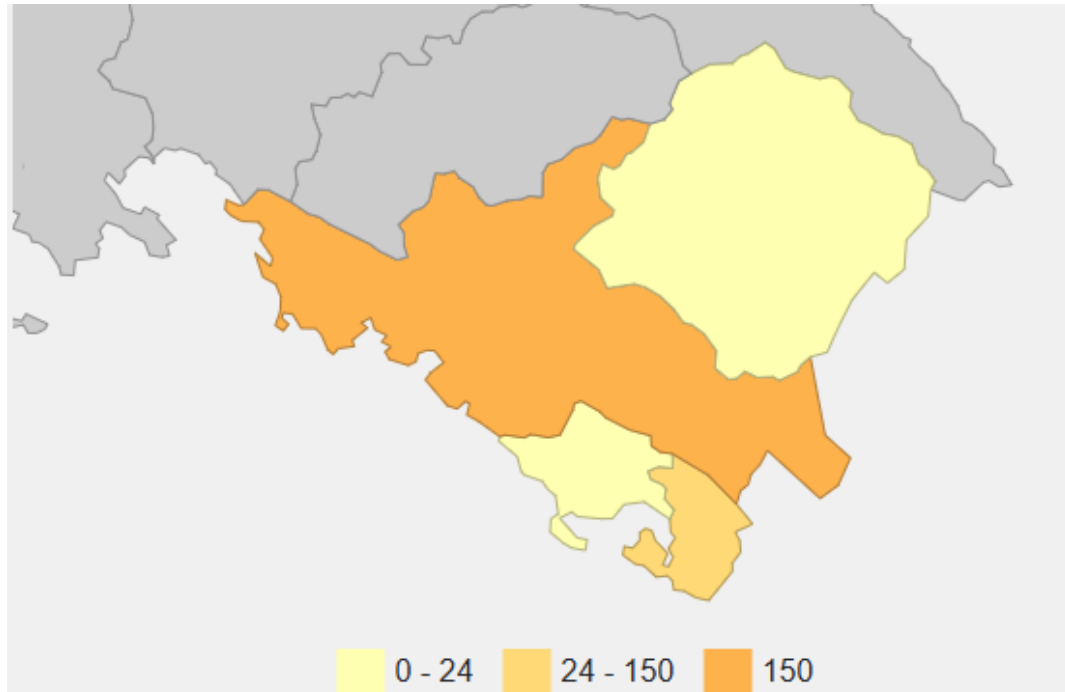
Mercados Locales:

El mercado principal de Mocho, como ocurre en muchas otras zonas rurales, es un centro clave para el comercio, donde los productos locales, como papa, quinua, hortalizas, y otros alimentos, se venden tanto a los habitantes locales como a los comerciantes que llegan desde otros lugares. El número de vendedores puede variar en función de la época del año, en vista de que la actividad comercial está muy ligada a la estacionalidad de la producción agrícola.

Figura 21

Numero de vendedores ambulantes registrados y activos en Moho, según

Distrito (2019)



Nota: Información tomada de INEI Registro Nacional de Municipalidades (2019). Según INEI, en el año 2019, el porcentaje más alto de vendedores activos se encuentra en el Distrito de Moho.

Pese a que no se cuenta con datos determinados y exactos sobre la cifra de vendedores en el distrito de Moho, se puede concluir que la gran mayoría de los comerciantes en la zona son informales y dependen de actividades económicas relacionadas con la ganadería, la producción agrícola y la comercialización básica. La informalidad, la insuficiencia de infraestructura comercial óptima y el impacto de la pandemia son desafíos significativos para estos vendedores. Sin embargo, algunos esfuerzos de apoyo a la formalización del comercio y el crecimiento del turismo en la región podrían ayudar a mejorar las condiciones de los vendedores a largo plazo.

4.2.3. Características urbanas del terreno**4.2.3.1. Área y perímetro del terreno.**

La parcela acoge un área de 13 008. 966m², así como un perímetro de 489.135.

La generación de las propiedades formales de las manzanas, responde al trazado de la vía principal del lugar. Es decir, la ubicación de la vía principal dictó la disposición de las calles y terrenos adyacentes.

Figura 24

Características morfologías del terreno intervenido



4.2.3.4. Imagen paisajística.

Los distintos elementos naturales que combinan el marco visual están dotados por gran extensión de vegetación, y un escenario urbano reducido. La zona aún mantiene un escenario habitable de equilibrio urbano-ecológico.

Figura 25

Imagen paisajística alrededor del terreno intervenido



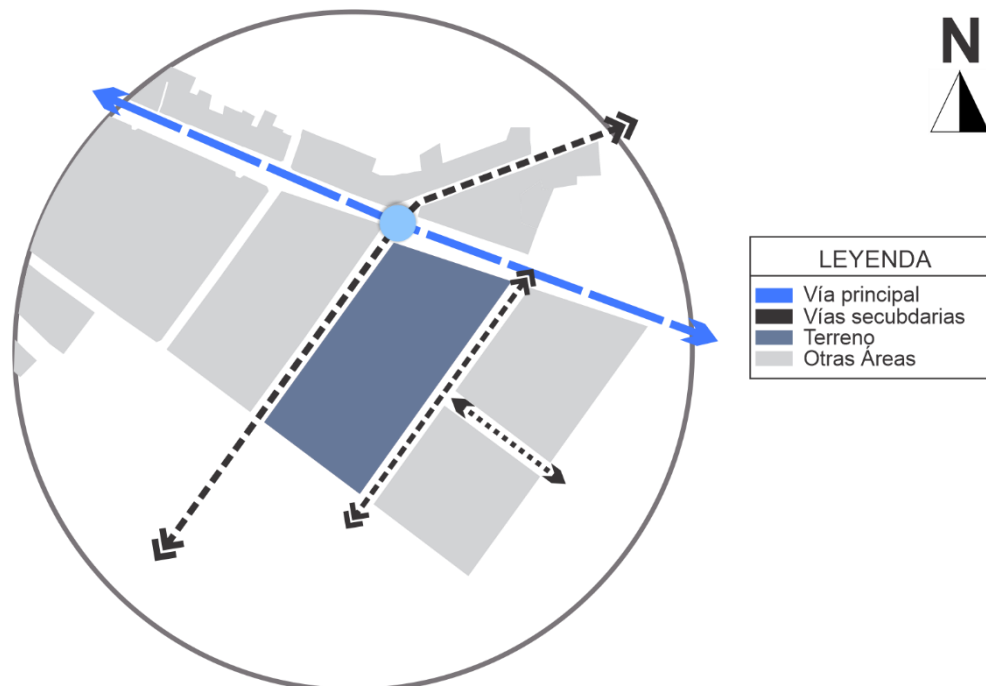
4.2.3.5. Accesibilidad.

- Vías

Las vías principales y secundarias del área conectan con la parte central de área urbana general.

Figura 26

Vías de accesibilidad al terreno intervenido



4.2.4. Características del contexto físico

Los elementos climáticos, son esenciales para tomar decisiones en el diseño arquitectónico. Por ella se considera:

4.2.4.1. Tipo de clima.

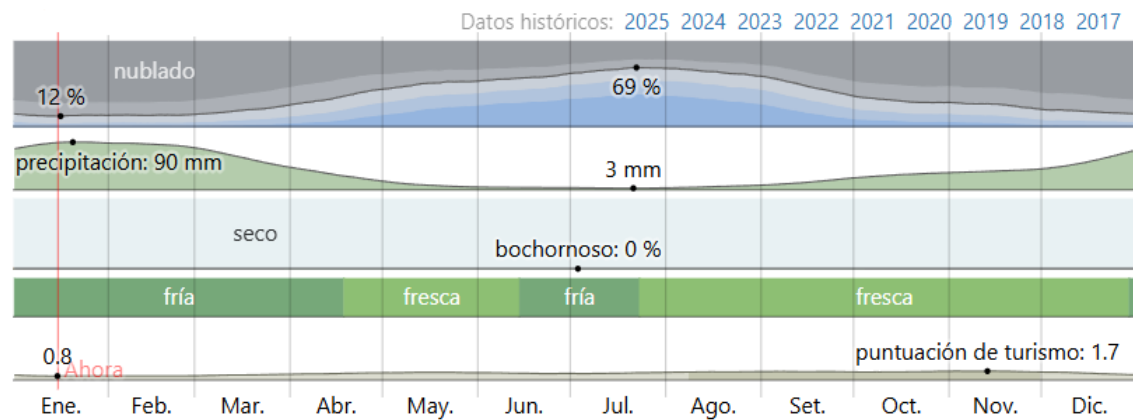
En verano: cortos y frescos

En invierno: cortos, fríos y mojados

En el resto del año: varía de -3 °C a 14 °C y rara vez baja a menos de -5 °C o sube a más de 16 °C.

Figura 27

Características climáticas del terreno intervenido



Nota: Desarrollo del equipo de Weather Spark

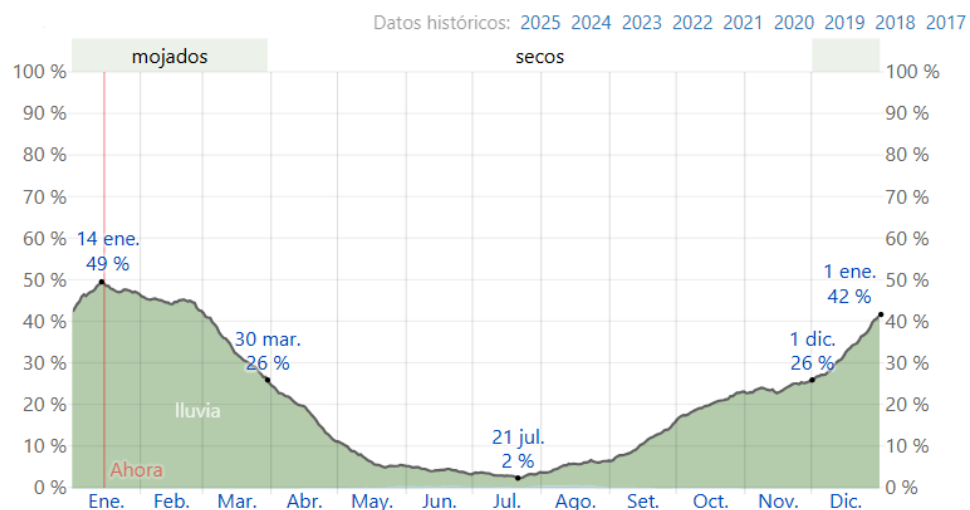
4.2.4.2. Precipitaciones pluviales.

Temporada de lluvias: dura 3.9 meses, de 1 de diciembre a 30 de marzo.

Temporada de sequía: dura 8.1 meses, del 30 de marzo al 1 de diciembre.

Figura 28

Características de las precipitaciones pluviales del terreno intervenido



El porcentaje de días en los que se observan diferentes tipos de precipitación, excluidas las cantidades ínfimas: solo lluvia, solo nieve, mezcla (llovió y nevó el mismo día).

Nota: Desarrollo del equipo de Weather Spark

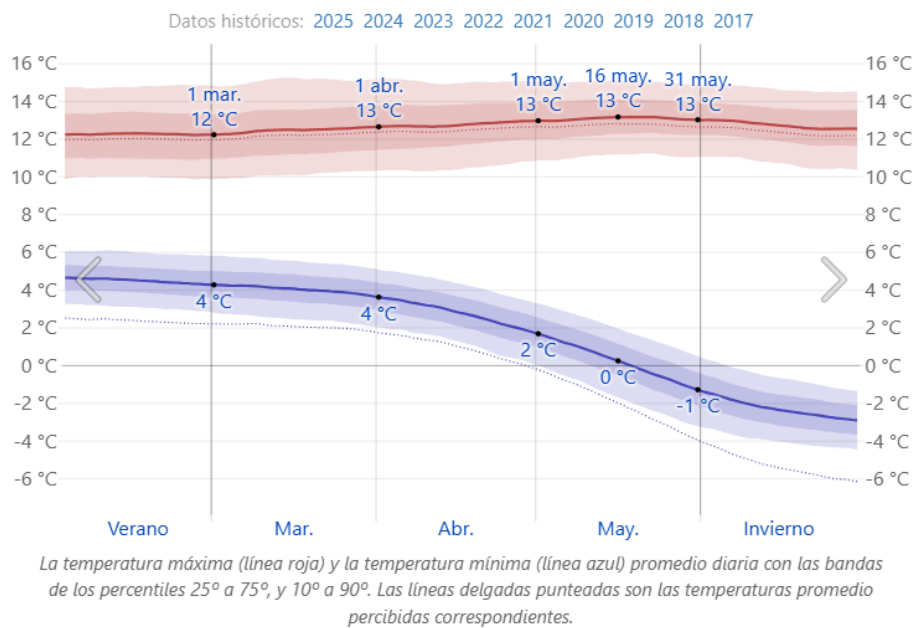
4.2.4.3. Temperatura.

Clima templado: Se prolonga por 2.0 meses, desde el 12 de octubre al 11 de diciembre, con una temperatura máxima promedio diario de 14 °C.

Clima frio: Se prolonga por 2.5 meses, del 2 de enero al 20 de marzo, con una un valor promedio de la temperatura máxima diaria de menos de 13 °C.

Figura 29

Características del tipo de clima en el terreno intervenido



Nota: Desarrollo del equipo de Weather Spark

4.6.4.4. Asoleamiento.

Salida:

El sol siempre sale por el este, pero su ángulo y trayectoria cambian a lo largo del año. En la región de Moho, debido a su cercanía al ecuador y su altitud, el sol tiene una trayectoria bastante alta en el cielo, especialmente durante los meses cercanos al solsticio de verano (alrededor del 21 de diciembre), cuando la radiación luminosa del sol llega de manera más clara.

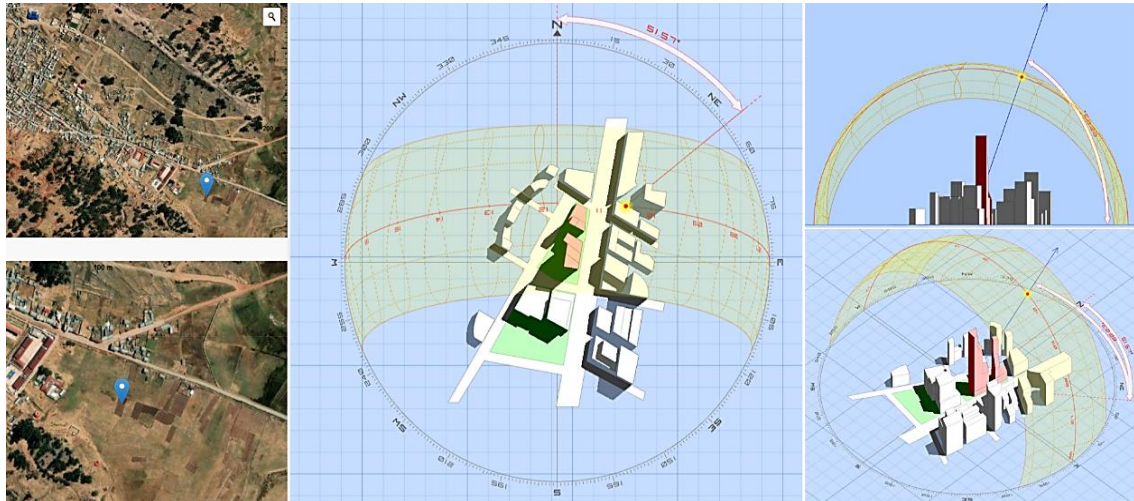
Puesta:

El sol se pone por el oeste, sin embargo, su ángulo de retroceso varía dependiendo la época o estación del año. En verano, en el hemisferio sur, el sol

se pone más al noroeste, y en invierno (alrededor del 21 de junio), el sol se pondrá más al suroeste.

Figura 30

Características de la dirección del sol en el terreno intervenido



Nota: Desarrollo del equipo de BITBUCKET (<https://drajmarsh.bitbucket.io/sunpath3d.html>)

4.6.4.5. Vientos.

Dirección principal del viento:

Los vientos en la región de Moho generalmente soplan desde el noroeste hacia el sureste, pero su dirección puede variar según las estaciones del año.

Vientos fuertes:

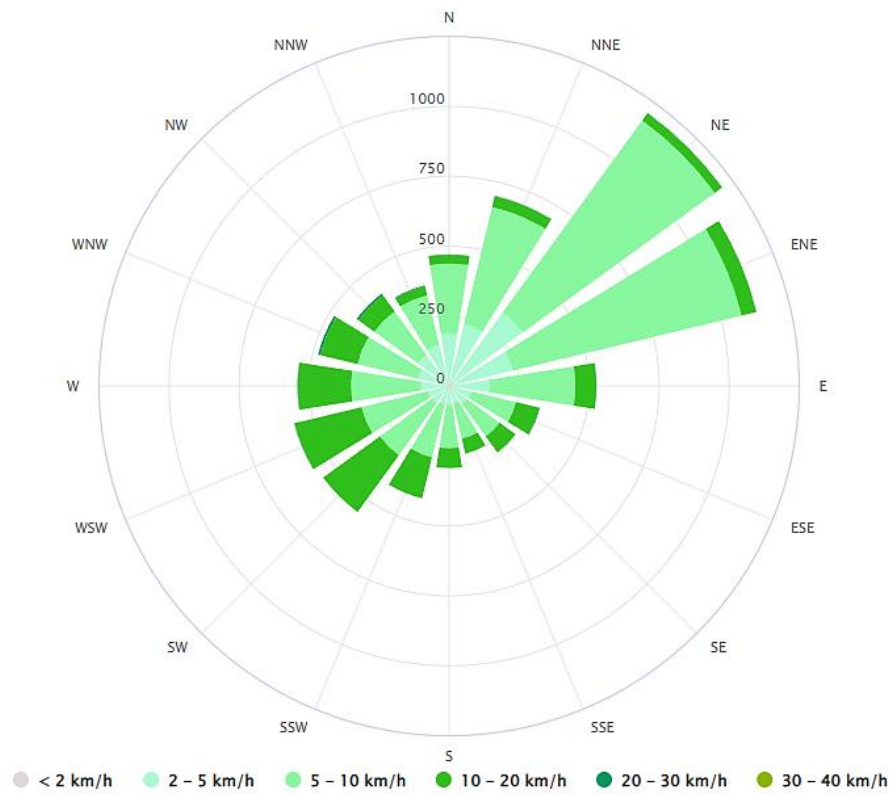
- Durante los meses de invierno (aproximadamente de mayo a septiembre), los vientos tienden a ser más fuertes debido a los gradientes térmicos y a las diferencias de presión atmosférica entre las altas montañas y las zonas bajas. Esto provoca un aumento de la velocidad del viento, que en ocasiones puede ser intenso.
- Los vientos fuertes son comunes, especialmente por las tardes, y pueden alcanzar velocidades de hasta 40-50 km/h en algunos casos.

Figura 31

Características de la dirección del viento en el terreno intervenido

Moho

15.35°S, 69.50°W (4041 m snm).



Nota: Desarrollo del equipo de METEOBLUE

4.3. Marco referencial

4.3.1. Mercado Roma

A continuación, el análisis arquitectónico:

Tabla 2

Mercado Roma – Análisis arquitectónico

MERCADO ROMA

Ubicación: Ciudad de México
D.F., México
Área del proyecto: 1750m²
Año: 2013
Tipología: comercial - turístico



Descripción del proyecto

Está pensado como un lugar para presentar y difundir la gastronomía contemporánea de México.

ANÁLISIS URBANO



Conexión con el entorno urbano

El Mercado Roma no solo se caracteriza por su diseño interior, sino también por cómo se integra en su entorno urbano. Su estructura abierta invita a los visitantes a entrar desde la calle, y el mercado ha llegado a desempeñar el papel de punto de reunión habitual para la comunidad local y turistas, que pueden disfrutar no solo de los productos, sino también de la oferta cultural de la zona.

ANÁLISIS FORMAL

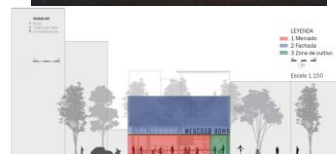
El Mercado Roma presenta un estilo contemporáneo, ya que, presenta un concepto diferente a los mercados tradicionales, haciéndolo más innovador y atractivo. El proyecto se caracteriza por presentar un volumen rectangular, sostenido a través de columnas cuadradas, cuya fachada se destaca por el diseño de una celosía, conservando un estilo que se adapta perfectamente al entorno urbano en el cual se ubica.



Como parte del proceso, se introduce una modulación rectangular que se emplea en distritos elementos, los cuales se repiten a lo largo de la fachada y el interior de los edificios. Esta modulación genera sustracciones que se distribuyen a lo largo de la estructura del referente analizado.

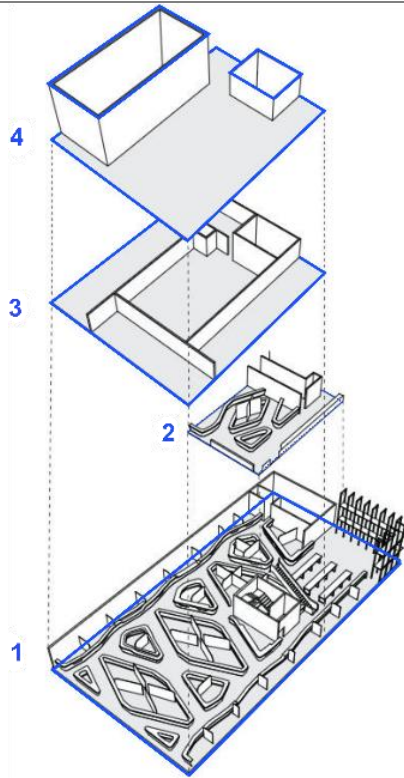
Interpretación abstracta de la forma

La abstracción de la forma incluye la interpretación de la retícula del mercado, con el objetivo de organizar una alta densidad de locales distribuidos estratégicamente entre avenidas y veredas.



Simetría

Se observa que la fachada del referente presenta simetría, lo que significa que, al dividirla por la mitad, las características como la ubicación de las vigas, la cubierta y la barandilla se repiten de manera idéntica en ambos lados.



Repetición

Es posible destacar que el referente presenta repetición tanto en forma del edificio como en el color, como, por ejemplo, en las columnas, todas de color negro, y los mesones, que presentan un tono naranja empleado también en la fachada, se reflejan en el módulo de espacios y la barandilla.



Ritmo

Se puede observar que el diseño presenta una organización en sus formas repetidas, así como en los espacios y elementos, los cuales siguen un patrón visible en las ventanas, las columnas y la celosía de la fachada.

ANÁLISIS ESPACIAL

DISTRIBUCIÓN

La planta baja acoge aproximadamente 53 tiendas, distribuidas a lo largo de una avenida y aceras que se despliegan de manera orgánica, reinterpretando la estructura en cuadrícula del mercado. En los niveles superiores se encuentran diversos restaurantes, un bar y una terraza.

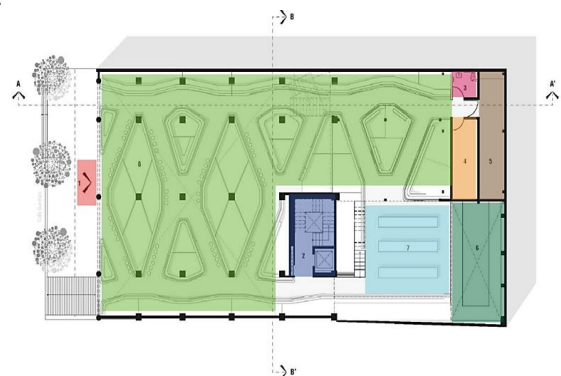
Accesibilidad y Visibilidad:

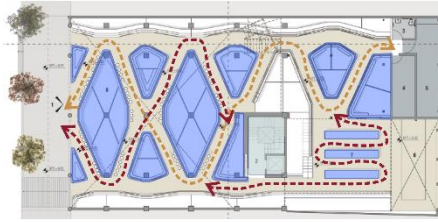
Los puestos están diseñados de manera que cada uno tenga una visibilidad clara desde distintas áreas del mercado. La forma abierta de los puestos —con estructuras tipo mostrador o barra— permite que los productos sean fáciles de ver y de alcanzar. Esto fomenta la interacción directa entre los vendedores y los clientes, facilitando la experiencia de compra y evitando barreras físicas innecesarias.

PRIMER NIVEL

- LEYENDA
- 1 Acceso
 - 2 Núcleos de circulaciones
 - 3 Baños discapacitados
 - 4 Cuarto de refrigeración
 - 5 Cuarto de Basura
 - 6 Área de cultivo
 - 7 Comedor
 - 8 Mercado

Escala 1:150

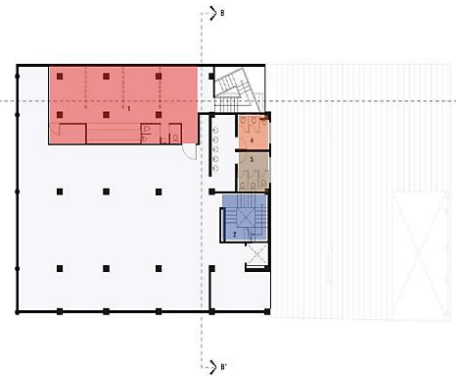




SEGUNDO NIVEL

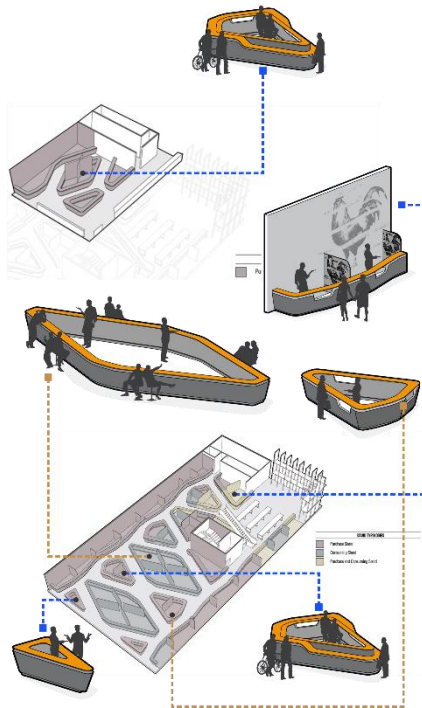
- LEYENDA
- 1 Plano bar (segundo nivel)
 - 2 Nucleos de circulaciones
 - 3 Jardín
 - 4 Baños de hombres
 - 5 Baños de mujeres

Escala 1:150



Facilidad de Interacción:

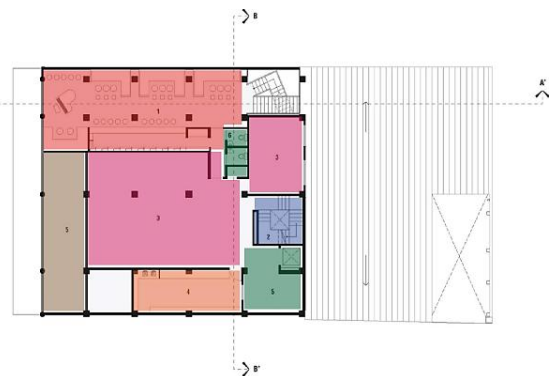
La estructura de los puestos, con diseños abiertos y sin barreras pesadas, permite una circulación fluida y una sensación de amplitud. Los puestos son de líneas sencillas y minimalistas, sin elementos recargados, lo que contribuye a un ambiente más limpio y funcional.



TERCER NIVEL

- LEYENDA
- 1 Plano bar
 - 2 Nucleos de circulaciones
 - 3 Restaurante
 - 4 restaurante (Servicios)
 - 5 Terraza
 - 6 Baños

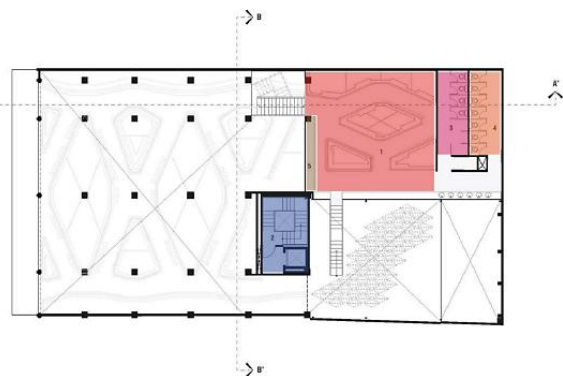
Escala 1:150



CUARTO NIVEL

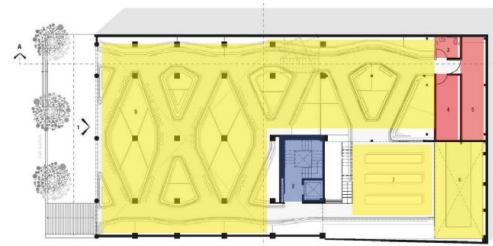
- LEYENDA
- 1 Mercado
 - 2 Nucleos de circulaciones
 - 3 Baños de hombres
 - 4 Baños de mujeres
 - 5 Barra

Escala 1:150

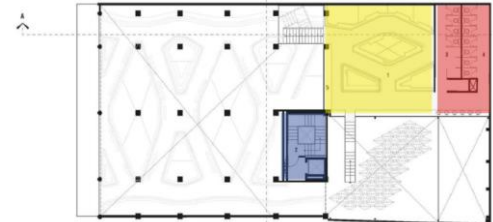


ZONIFICACIÓN

- SERVICIO
- SOCIAL
- CIRCULACION



- SERVICIO
- SOCIAL
- CIRCULACION



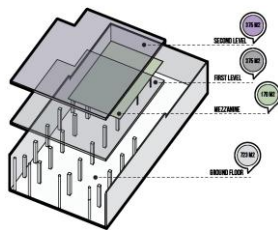
- SERVICIO
- SOCIAL
- CIRCULACION



- SERVICIO
- SOCIAL
- CIRCULACION



SISTEMA CONSTRUCTIVO



El proyecto se sustenta por columnas de hormigón dispuestas en una estructura de cuadrícula, lo que constituye un componente clave en el sistema constructivo empleado. Aunque el mercado no expone de manera explícita el sistema de construcción utilizado, se puede inferir que sus cimientos son independientes, debido a la utilización de columnas de hormigón armado.

MATERIALIDAD

Sostenibilidad y Materiales Locales:

Además de la estética y la funcionalidad, el diseño de los puestos también toma en cuenta la sostenibilidad. Muchos de los materiales utilizados en los puestos, como madera reciclada, metal, y vidrio, están pensados para tener un menor impacto ambiental.



Detalles en hierro forjado:

Para mantener la esencia del mercado tradicional, se incorporaron detalles de hierro forjado en algunos elementos decorativos y estructurales.



Acero:

El uso del acero en la estructura del mercado le otorga una apariencia contemporánea y robustez, al mismo tiempo que permite una gran flexibilidad en los espacios interiores.

Vidrio:

El uso de grandes ventanales de vidrio permite una buena iluminación natural, lo que crea un ambiente luminoso y aireado, mejorando la experiencia de los visitantes y también optimizando el uso de energía.

Metal:

El metal constituyó un material de suma importancia, ya que es un material ampliamente utilizado debido a sus propiedades estructurales, resistencia y durabilidad.

Madera:

Se usó madera en algunos elementos decorativos y en las zonas interiores para dar un toque cálido y natural, contrastando con los materiales más industriales. Además, se utilizó madera reciclada en ciertos acabados, alineándose con principios de sostenibilidad.

4.3.2. Centro Comercial Cronos

A continuación, el análisis arquitectónico:

Tabla 3

Centro Comercial Cronos – Análisis arquitectónico

CENTRO COMERCIAL CRONOS

Ubicación: Perú - Lima., Distrito de Santiago de Surco
Área del proyecto: 62.000 m²
Año: 2007 - 2009
Tipología: moderno - funcional



OBJETIVO DEL PROYECTO

Objetivo del proyecto fue ofrecer un espacio versátil y moderno que responda a las demandas de empresas de todos tamaños, que promueva la productividad, la sostenibilidad, la interacción y el bienestar de sus usuarios, y que se integre de manera armónica en el entorno urbano de San Isidro.

UBICACIÓN



ANÁLISIS URBANO

San Isidro es un distrito de gran relevancia comercial y empresarial, por lo que el proyecto busca no solo servir como espacio de trabajo y comercio, sino también como un punto de referencia dentro del paisaje urbano.

La estética moderna y de líneas limpias del edificio permite que se conecte visualmente con la ciudad, mientras que al mismo tiempo mantiene la privacidad y funcionalidad que requieren sus ocupantes.



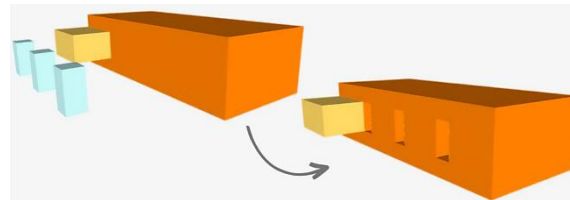
ANÁLISIS FORMAL

FORMA Y VOLUMEN

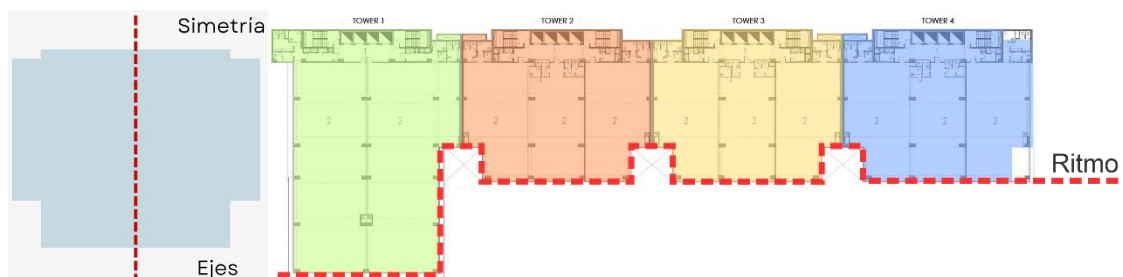
El aspecto formal del edificio está marcado por su funcionalidad y minimalismo. Se buscan formas simples que den lugar a un entorno laboral ordenado y eficiente.

- **Líneas y geometría:** Las formas son modernas y rectilíneas, con un uso predominante de geometrías cuadradas o rectangulares. Este tipo de diseño es común en edificios empresariales, donde la prioridad es la eficiencia en el uso del espacio.
- **Fachada:** Las fachadas suelen tener una apariencia de alta gama y profesional, usando vidrio y materiales reflejantes que maximizan la captación de luz ambiental natural, pero al mismo tiempo permiten un control térmico.

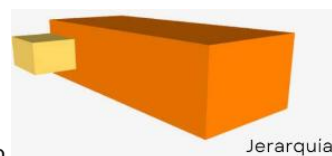
Está conformado por dos bloques prismáticos elevados e interceptados, con sustracciones.



PRINCIPIOS ORDENADORES

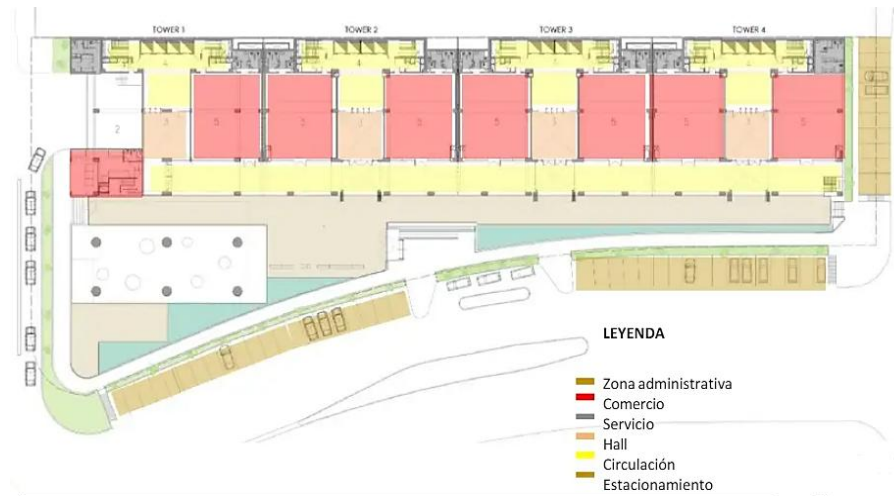


- Unidad
- Contraste
- Simetría
- Equilibrio
- Proporción
- Jerarquía
- Movimiento

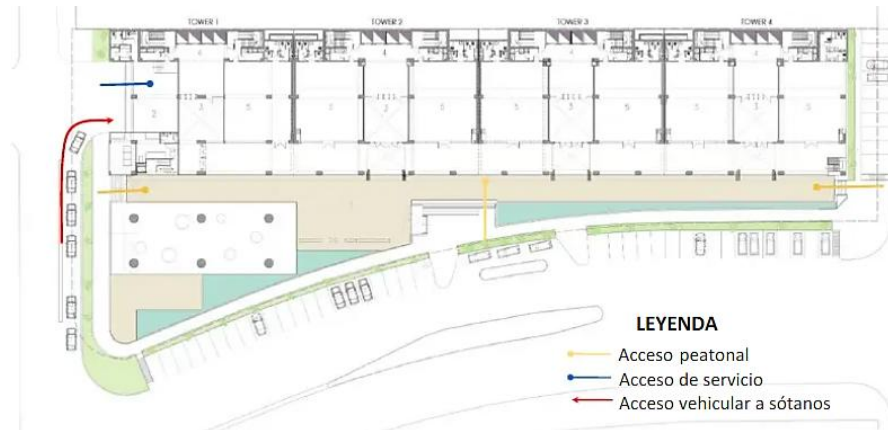


ANÁLISIS ESPACIAL

ZONIFICACIÓN DE ESPACIOS



ACCESOS



CIRCULACIÓN

ZONIFICACIÓN

LEYENDA

- Zona de Oficinas
- Zona Comercial
- Estacionamiento

CIRCULACIONES Y RECORRIDOS ESPECIALES

LEYENDA

- Ascensores
- Escaleras

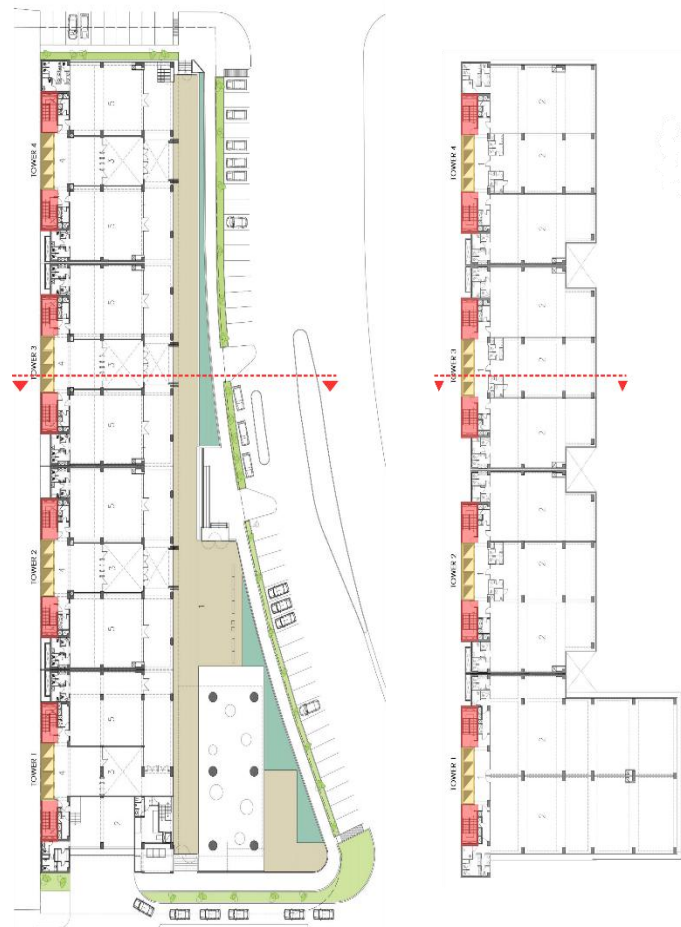


Organización espacial interior:

En todos los pisos de este edificio tiene un espacio de circulación muy estrecho que está en la parte de la fachada, dando así una vista panorámica.



- **Espacios abiertos y privados:** El diseño de los espacios tiende a buscar un equilibrio entre áreas privadas y espacios abiertos (zonas comunes), para fomentar la interacción entre usuarios y la creación de redes dentro del edificio.
- **Iluminación natural:** El uso de grandes ventanales y fachadas de vidrio favorece la entrada de luz natural, lo cual contribuye a crear un ambiente más saludable y productivo. La distribución interior de los espacios permite maximizar la iluminación sin sacrificar la privacidad de los ocupantes.



SISTEMA CONSTRUCTIVO

ANÁLISIS TÉCNICO - CONSTRUCTIVO

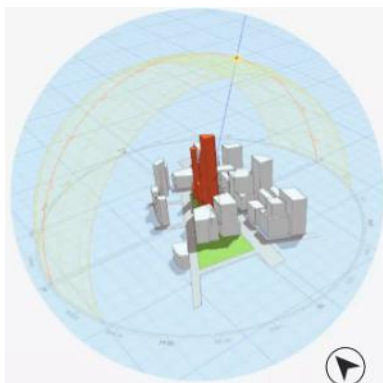
ILUMINACIÓN Y VENTILACIÓN



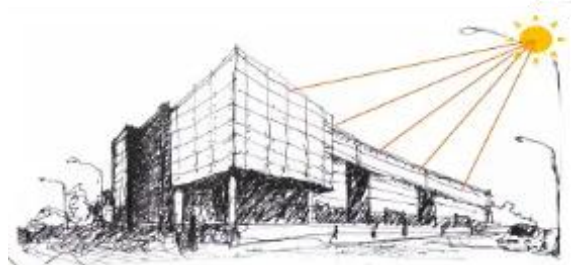
MATERIALIDAD



ORIENTACIÓN



La edificación se encuentra de forma paralela a la orientación del sol. Es decir, el edificio está orientado al norte dando la posibilidad, que el sol ilumine en la fachada principal iluminando todas las áreas del edificio.



4.3.3. Mercado municipal Gran Mariscal Ramón Castilla

Tabla 4

Mercado municipal Gran Mariscal Ramón Castilla – Análisis arquitectónico

MERCADO MUNICIPAL GRAN MARISCAL RAMÓN CASTILLA

Ubicación: Perú - Centro histórico de Lima

Área del proyecto: 5000 m²

Año: 1913

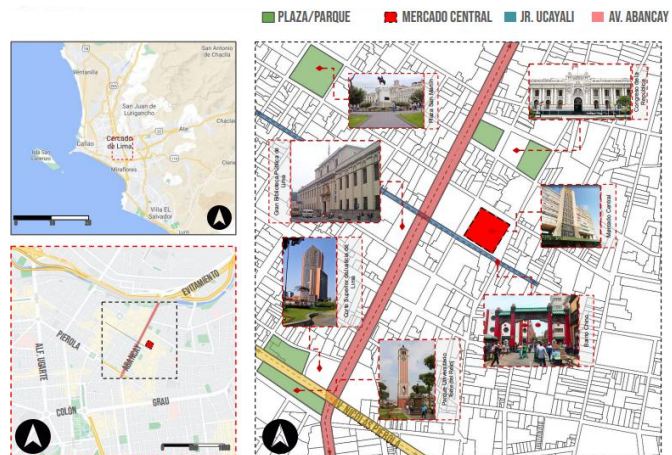
Tipología: Tradicional y funcional



OBJETIVO DEL PROYECTO

Su construcción fue parte de un esfuerzo por modernizar y organizar el comercio sobre el sector histórico de Lima. En esa época, la ciudad estaba experimentando diversas transformaciones urbanas, teniendo como meta mejorar la infraestructura y promover el comercio en áreas clave de la capital.

UBICACIÓN

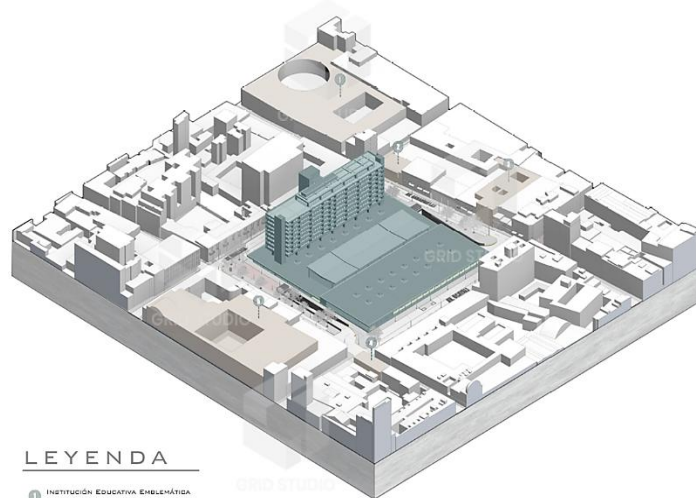


ANÁLISIS URBANO

El Mercado forma parte del sector Histórico de la ciudad de Lima, específicamente en la Avenida Uceda (cuadra 7), una ubicación estratégica dentro de la ciudad. Su contexto urbano es clave para entender su importancia y funcionalidad.

Integración con el contexto urbano:

Aunque el mercado no es un edificio destacado en términos de altura o estilo arquitectónico, se integra bien en su entorno, funcionando como un punto de encuentro social y comercial. Sin embargo, los desafíos urbanos como el tráfico y la congestión peatonal a veces afectan su accesibilidad.



LEYENDA

- 1 INSTITUCIÓN EDUCATIVA EMBLEMÁTICA MERCEDES CABELLO DE CARBONER
- 2 BCP MERCADO CENTRAL
- 3 GALLERIA DORADO I
- 4 FARMACIA AMERICANA
- 5 CENTRO COMERCIAL LA CONCEPCIÓN

ANÁLISIS FORMAL

TIPOLOGÍA

Uso: central de abastos
El nuevo edificio no estaba pensado únicamente para la venta de abastos, sino que se trataba de un edificio de uso mixto, con el mercado en sus dos primeros niveles y una torre de oficinas sobre él.
Podemos compararlo de manera tipológica con el Edificio Pacifico construido por el arquitecto de Osma Fernández en 1958, en la que proponía una convivencia de usos (comercio en la parte inferior y vivienda en los niveles superiores).



Actividad productiva

El Mercado Central tuvo como plan inicial ser un nuevo Mercado Mayorista y de Productores, sin embargo, se ideó como un nuevo mercado minorista que abasteciera a un sector densamente poblado.

Actividad reproductiva

El Mercado Central funciona en la actualidad como un centro de abastos de carácter más interdistrital, el bloque planteado para uso de oficinas no da la misma significancia, pues luce abandonado y es usado como almacenes.

Conclusiones Parciales

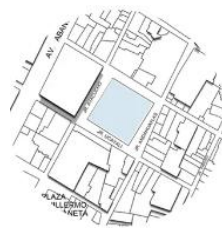
Si bien El Mercado Central fue concebido inicialmente como un edificio de carácter un tanto híbrido, notamos que sus dos tipos de usos no obtuvieron el mismo éxito, en la actualidad el bloque de oficinas no funciona como tal, pues no ha podido adaptarse a los usos y dinámicas comerciales que ahora se dan en su entorno.

A. CONCEPTO E IDEA RECTORA

Módulos verticales y horizontales
-
Distribución de espacio por medio de cuadrículas



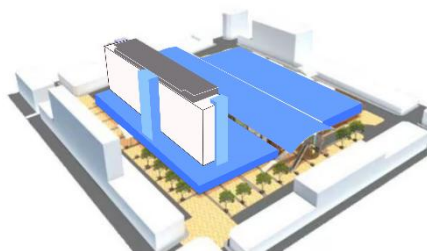
B. CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO



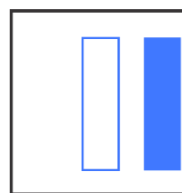
El edificio se ubica en una avanzada regular de 97m por 97m, la cual es determinante en la modulación regular de la estructura.

C. FORMA Y VOLUMEN DEL DISEÑO

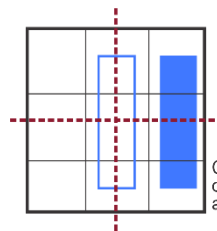
La volumetría se percibe ante la vista como 2 paralelepípedos interceptados perpendicularmente. El volumen echado en el plano es de dimensiones cuadradas y otra rectangular.



D. PRINCIPIOS Y ORGANIZADORES



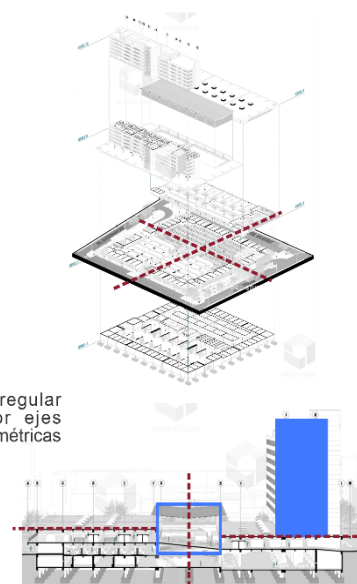
Secuencias de llenos y vacíos



Composición regular ordenadas por ejes asimétricas y simétricas

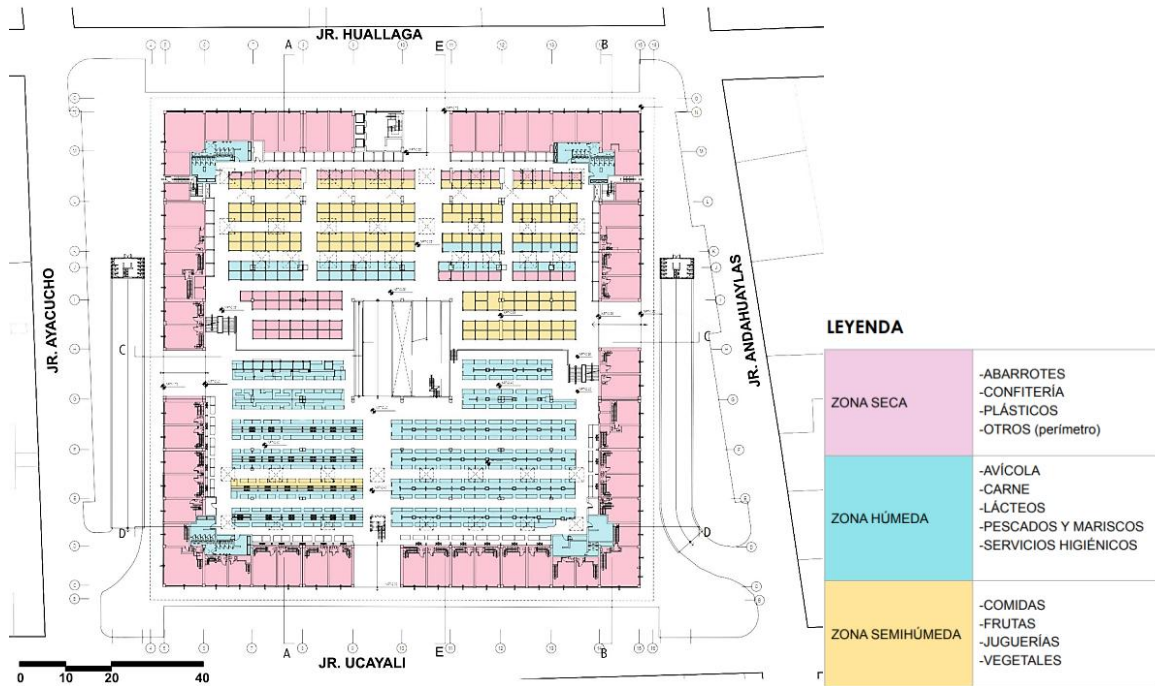


El vacío central como espacio ordenador.



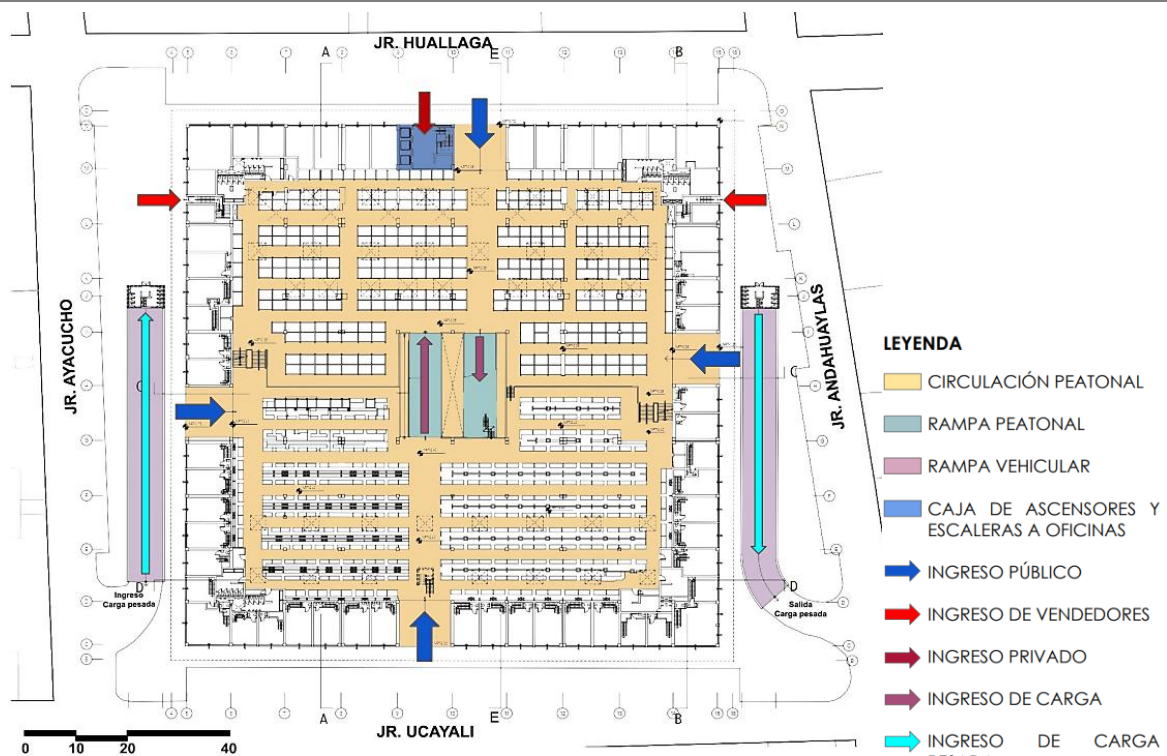
ANÁLISIS ESPACIAL

ZONIFICACIÓN

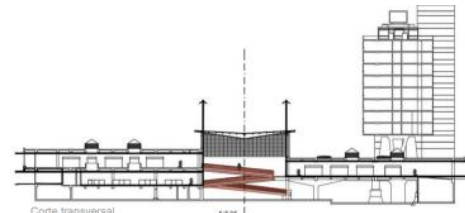
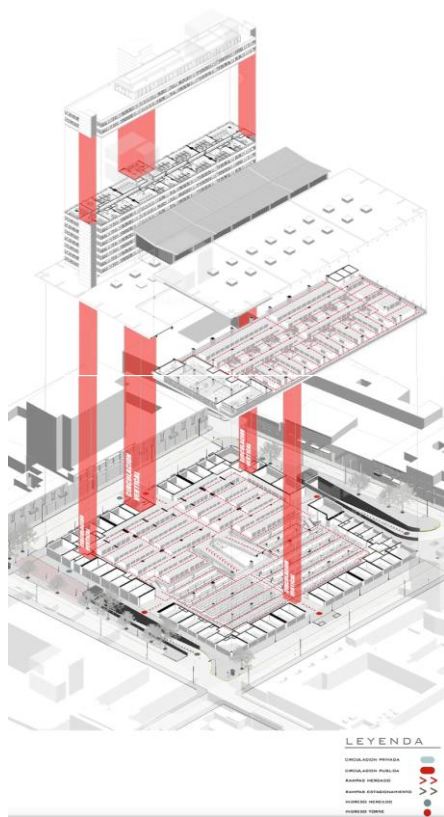


Nota: Imagen tomada del estudio de Asunción et al. (2020)

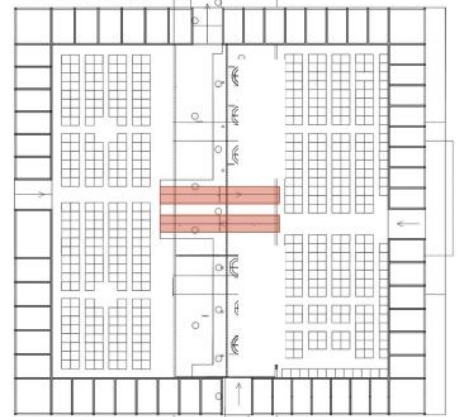
CIRCULACIÓN



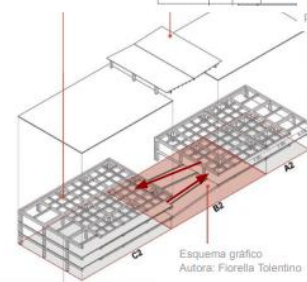
Nota: Imagen tomada del estudio de Asunción et al. (2020)



Corte transversal
Autora: Fiorella Tolentino



Esquema de Planta elaboración propia



Esquema gráfico
Autora: Fiorella Tolentino

La RAMPa representa el elemento ordenador de los flujos internos, esta genera la conexión entre los 3 niveles y el espacio central.

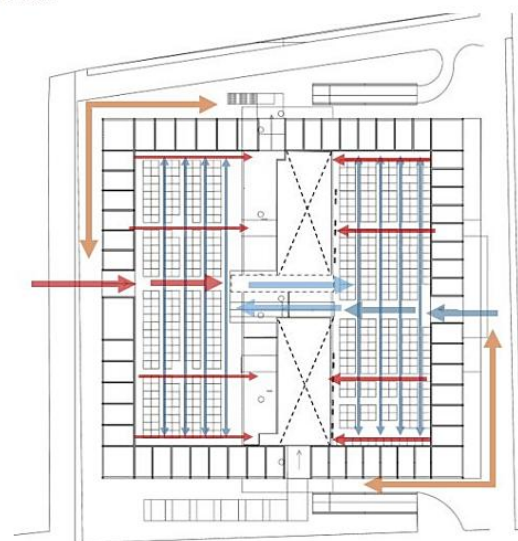
FLUJOS

FLUJO DE COMPRADORES ENTRE EL PRIMER Y SEGUNDO NIVEL.



FUENTE: Elaboración propia

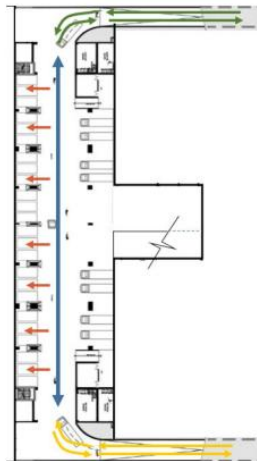
Los flujos provenientes de Jr. Ayacucho y Jr. Andahuaylas tienden a cortarse abruptamente por la presencia de la rampa, podemos mencionar también todo el flujo perimetral que se dan al nivel de la calle por la presencia de tiendas comerciales



FUENTE: Elaboración propia

Los flujos generados en Jr. Huallaga y Jr. Ucayali tienen a ser más continuos pues la rampa presenta la misma orientación de estos, el inconveniente es que la disposición de los puestos comerciales no favorece a la continuidad de dichos flujos.

FLUJO DE ABASTECIMIENTO.

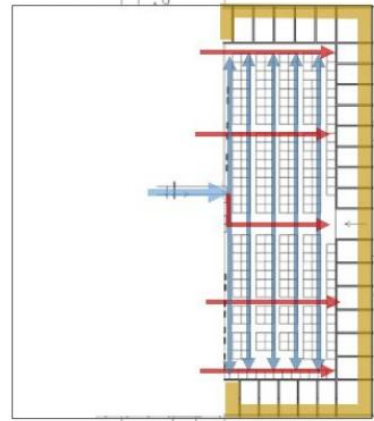


El abastecimiento del mercado se da a través de dos rampas ubicadas hacia jr. Ayacucho y jr. Andahuaylas que conecta con el estacionamiento.

En el tercer nivel el flujo es canalizado desde la rampa, este no llega a ser fluido ya que se intersecta abruptamente con los flujos longitudinales, también se desarrolla un flujo más periférico ya que se presenta comercio en el perímetro de este nivel.



FLUJO DE COMPRADORES EN EL TERCER NIVEL.



Nota: Imagen tomada del estudio de Asunción et al. (2020)

SISTEMA CONSTRUCTIVO

MATERIALIDAD

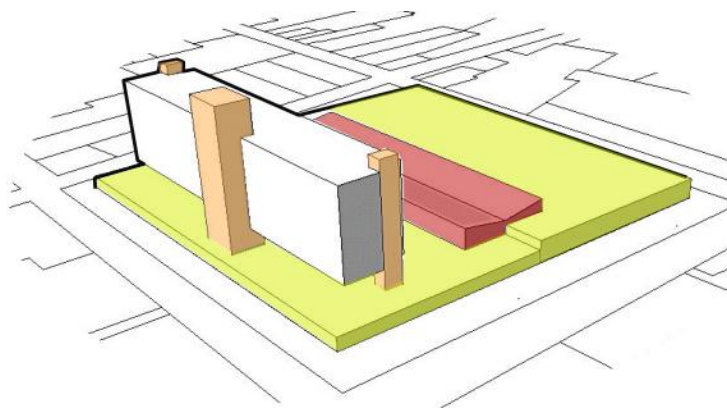
La estructura está construida con materiales duraderos y de fácil mantenimiento como acero, hierro y ladrillo.

El uso de estos materiales permite una mayor durabilidad y resistencia al uso intensivo de este tipo de espacios, además de soportar grandes cantidades de personas y productos.

SISTEMA ESTRUCTURAL

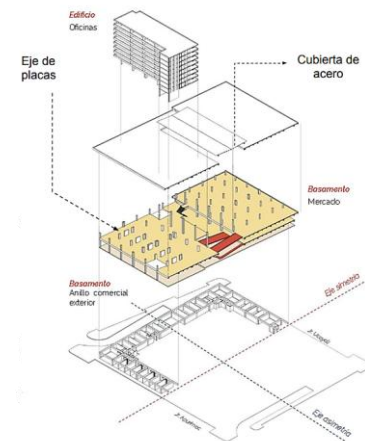
sistema mixto:

- **Principal:** sistema aporricado de vigas y columnas de concreto armado
- **Específico:** placas de concreto armado
- **Complementario:** cubierta de acero



- Principal
- Específico
- Complementario

Nota: Imagen tomada del estudio de Asunción et al. (2020)

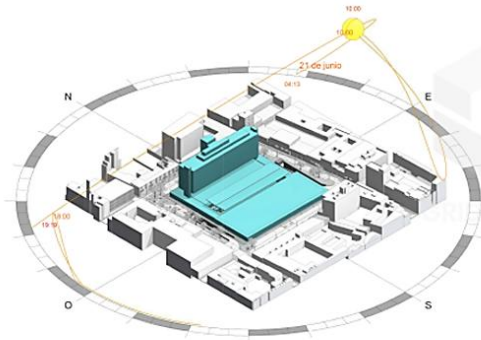


Nota: Imagen tomada del estudio de Asunción et al. (2020)

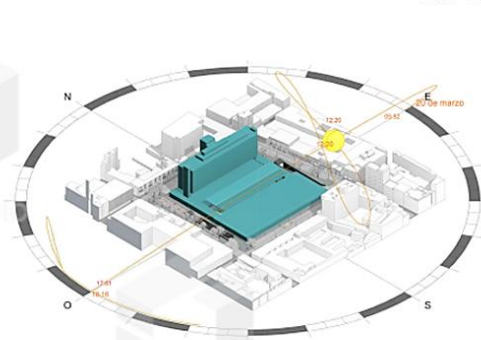
ASOLEAMIENTO

Orientación:

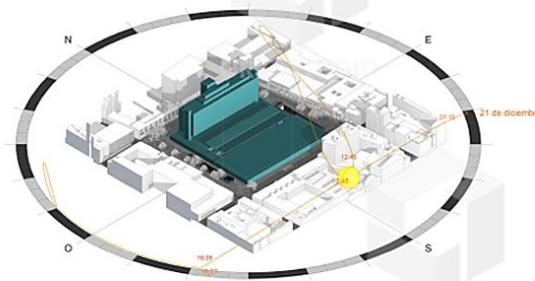
Los lados más largos del edificio se encuentran orientados NO-SE, esta decisión de diseño puede obstruir la entrada de luz a las teatinas colocadas en el mercado



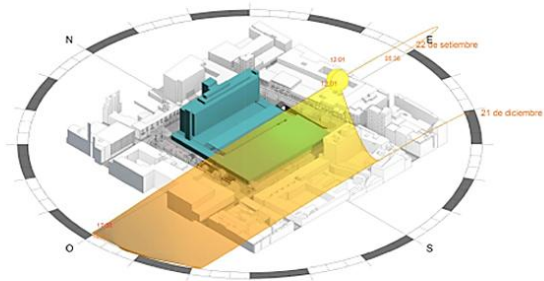
SOLSTICIO DE INVIERNO



EQUINOCIO DE OTOÑO



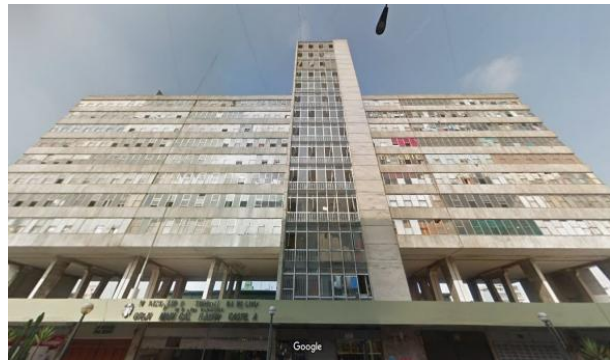
SOLSTICIO DE VERANO



EQUINOCIO DE PRIMAVERA

VENTILACIÓN E ILUMINACIÓN

El edificio usa carpintería metálica y maneja el concepto de ventana corrida. No cuenta con parasoles debido a que el ángulo de azimut no permite que el sol penetre directamente a las oficinas.



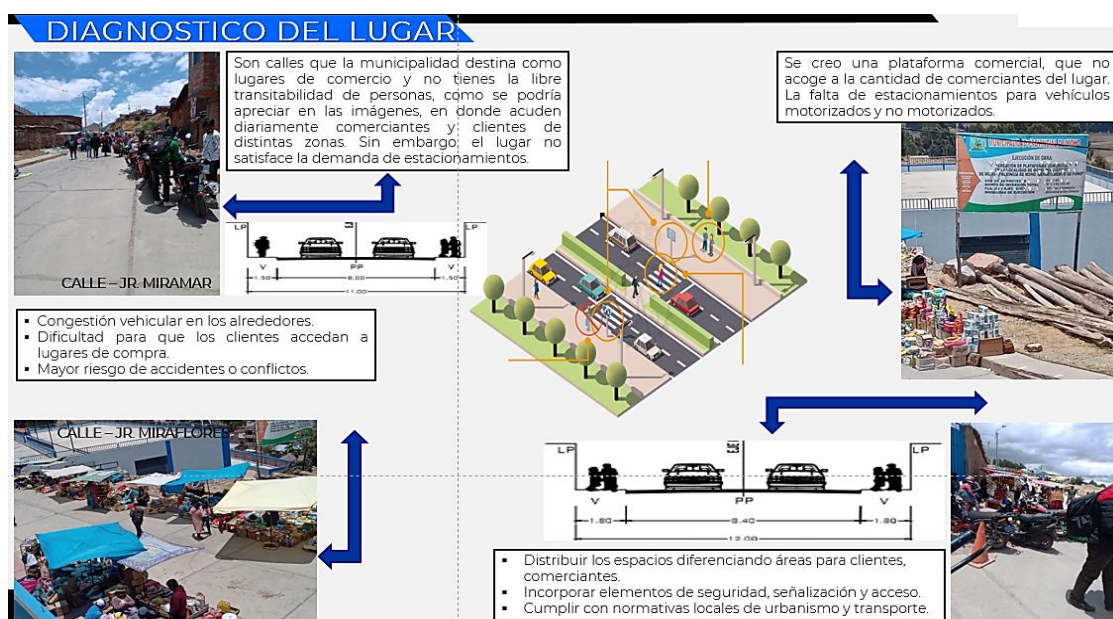
CAPÍTULO V

MARCO IDEAL

5.1. Con respecto al objetivo específico 1

OE1: Analizar el desarrollo de limitaciones en vías de acceso, la falta de estacionamientos y las deficiencias en la logística de carga y descarga, sobre la movilidad de los consumidores y el abastecimiento de los establecimientos comerciales, con el fin de identificar los principales problemas y plantear alternativas en el proyecto mercado central de abastos de la provincia de Moho.

5.1.1. Análisis o diagnóstico





5.1.2. Análisis de usuarios

El mercado suele ser un centro de intercambio y comercio que conecta a pequeños y grandes proveedores con los consumidores finales, por lo que los usuarios varían considerablemente en sus roles y necesidades. Aquí se presenta un análisis breve de los principales usuarios:

5.1.2.1. Consumidores Finales (Hogares y familias)

Perfil:

Personas que acuden al mercado para abastecerse de productos frescos y alimentos básicos como frutas, verduras, carne, pan, etc. Generalmente buscan precios competitivos, calidad y frescura.

Necesidades:

Acceso a una variedad de productos a precios razonables, facilidad para hacer compras rápidas o al por mayor, y un ambiente cómodo para hacer las compras con una experiencia de usuario satisfactoria.

Expectativas: Buscan productos frescos, buena atención y precios accesibles.

La accesibilidad y la organización son clave para mejorar su experiencia.

5.1.2.2. Comerciantes o Vendedores

Perfil:

Incluyen a pequeños empresarios, comerciantes, agricultores y productores que tienen puestos dentro del mercado. Pueden vender productos frescos como frutas, vegetales, carnes, pescados, así como productos de uso cotidiano.

Necesidades:

Espacios bien definidos para vender sus productos, condiciones adecuadas de almacenamiento, seguridad, infraestructura que permita el acceso fácil de



productos y una buena circulación de clientes. También requieren un entorno de comercio regulado y ordenado.

Expectativas:

Maximizar sus ventas, lograr una mayor visibilidad y facilitar las interacciones con los compradores, además de contar con condiciones sanitarias que garanticen la calidad y seguridad de sus productos.

5.1.2.3. Proveedores o Mayoristas

Perfil:

Empresas o distribuidores de grandes cantidades de productos, que abastecen a los comerciantes minoristas del mercado. Entre ellos productores agrícolas, importadores y distribuidores de alimentos procesados.

Necesidades:

Espacios amplios para la descarga y distribución de productos, instalaciones para almacenar productos en condiciones óptimas y una infraestructura de logística que permita la fácil circulación de mercancías.

Expectativas:

Agilizar el proceso de venta al por mayor, mantener relaciones comerciales estables con los comerciantes, y asegurar la entrega puntual de productos.

5.1.2.4. Trabajadores del Mercado (Administrativos, Seguridad, Limpieza)

Perfil:

Personal dedicado a la gestión y mantenimiento del mercado, así como a garantizar el orden, la seguridad y las condiciones de higiene.

Necesidades:

Acceso a zonas administrativas, seguridad en el mercado y en las mercancías, y un ambiente limpio y ordenado. También requieren condiciones laborales adecuadas para cumplir con sus tareas.

Expectativas:

Desempeñar su trabajo de forma eficiente, en un entorno seguro, con buena infraestructura y condiciones laborales adecuadas.

5.1.2.5. Transportistas

Perfil: Conductores y empresas encargadas del transporte de productos hacia y desde el mercado. Esto incluye la entrega de productos frescos, la distribución de mercancías a los puestos y el retiro de productos no vendidos.

Necesidades: Acceso fácil y fluido para el cargamento y descargue de productos, áreas específicas de estacionamiento y espacios para maniobras.

Expectativas:

Minimizar el tiempo de carga y descarga, evitando congestiones en las vías del mercado y garantizando la integridad de los productos durante su traslado.

Figura 32

Resumen de usuarios de la propuesta



5.2. Con respecto al objetivo específico 2

OE2: Realizar el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos con espacios funcionales, seguros y ambientalmente responsable, facilitando la circulación de usuarios, mercancías, y la sostenibilidad mediante iluminación natural, ventilación y manejo adecuado de residuos.

5.2.1. Idea generatriz

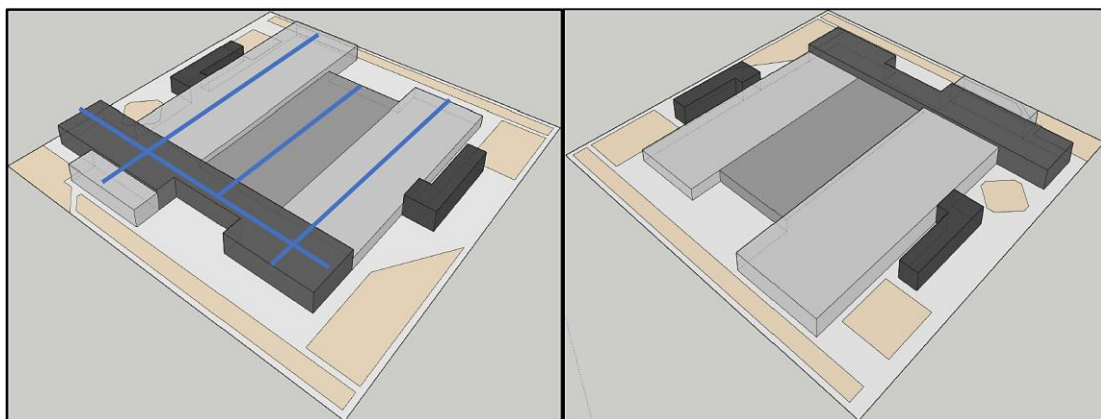
- INTERSECCIÓN DE FIGURAS

Esta técnica, ayuda a generar:

- Espacios dinámicos que responden a las necesidades del usuario.
- Mejora la funcionalidad del espacio al crear áreas de transición y conexión entre diferentes zonas.
- Flexibilidad y adaptabilidad en el diseño.

Figura 33

Conceptualización de la propuesta



5.2.2. Concepto arquitectónico

La intención es recuperar el espacio y repotenciar el lugar creando relación entre el paisaje y la materialidad de la ocupación arquitectónica.

Crear un equipamiento urbano didáctico que genere movimiento urbano didáctico, movimiento comercial y económico, que se inclusive en la sociedad,

por medio de una estructura flexible al contexto urbano existente, de planta libre, marcada por el ingreso de la luz natural.

La arquitectura en Moho nace de la tierra, respira con el viento del altiplano y se refleja en las aguas del Titicaca. Es una arquitectura viva, inspirada en la flora y fauna que sostienen la identidad y la vida de su gente.

Figura 34

Concepto arquitectónico de la propuesta



5.2.3. Criterios y lineamientos en el diseño de la propuesta

Criterios de diseño:

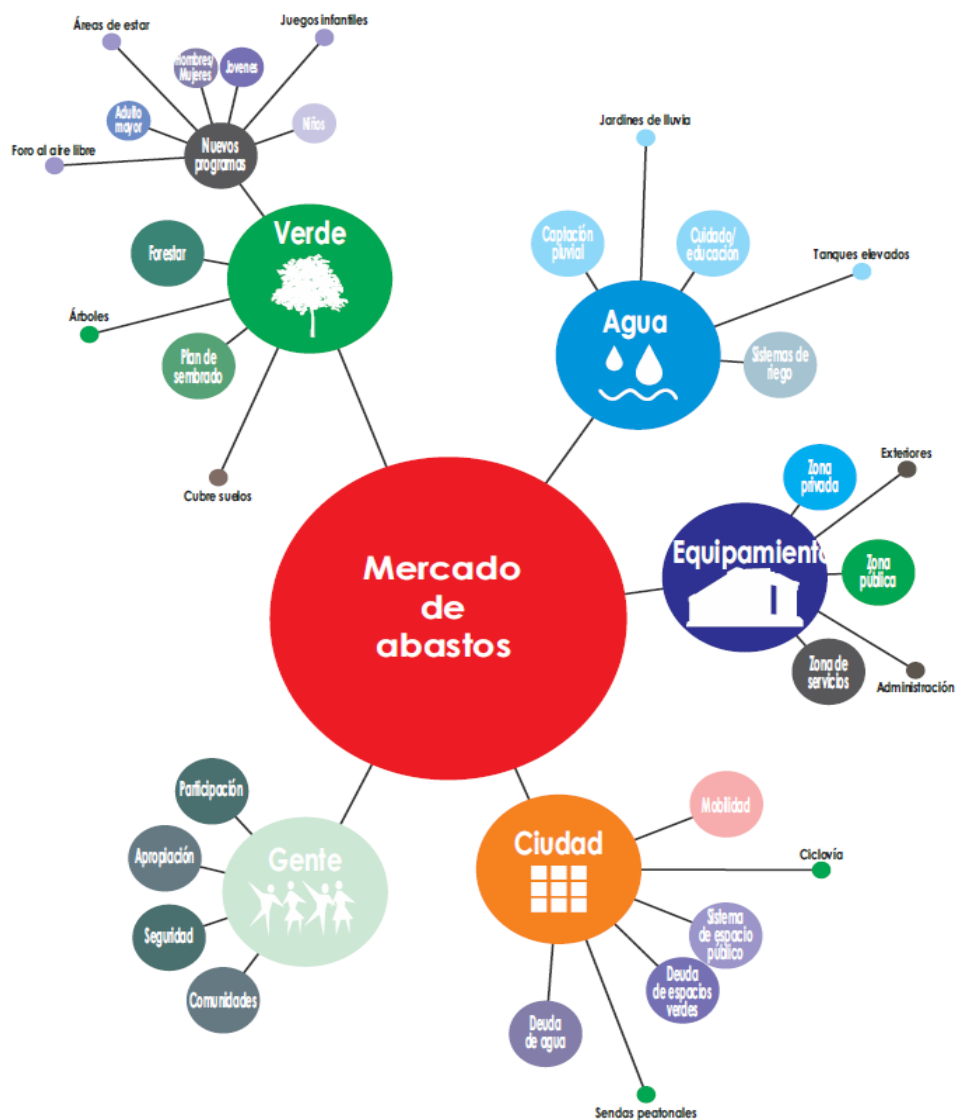


**GENERAR CONEXIONES
HABITABLES
ENTRE
EQUIPAMIENTOS EXISTENTES
CON EL COMERCIO.**

DISEÑO, RELACION CON EL ENTORNO, FLEXIBILIDAD,
MANTENIMIENTO, SOSTENIBILIDAD Y FACTIBILIDAD

Figura 35

Matriz conceptual de la propuesta



Lineamientos de la propuesta:

Figura 36

Lineamientos de la propuesta arquitectónica



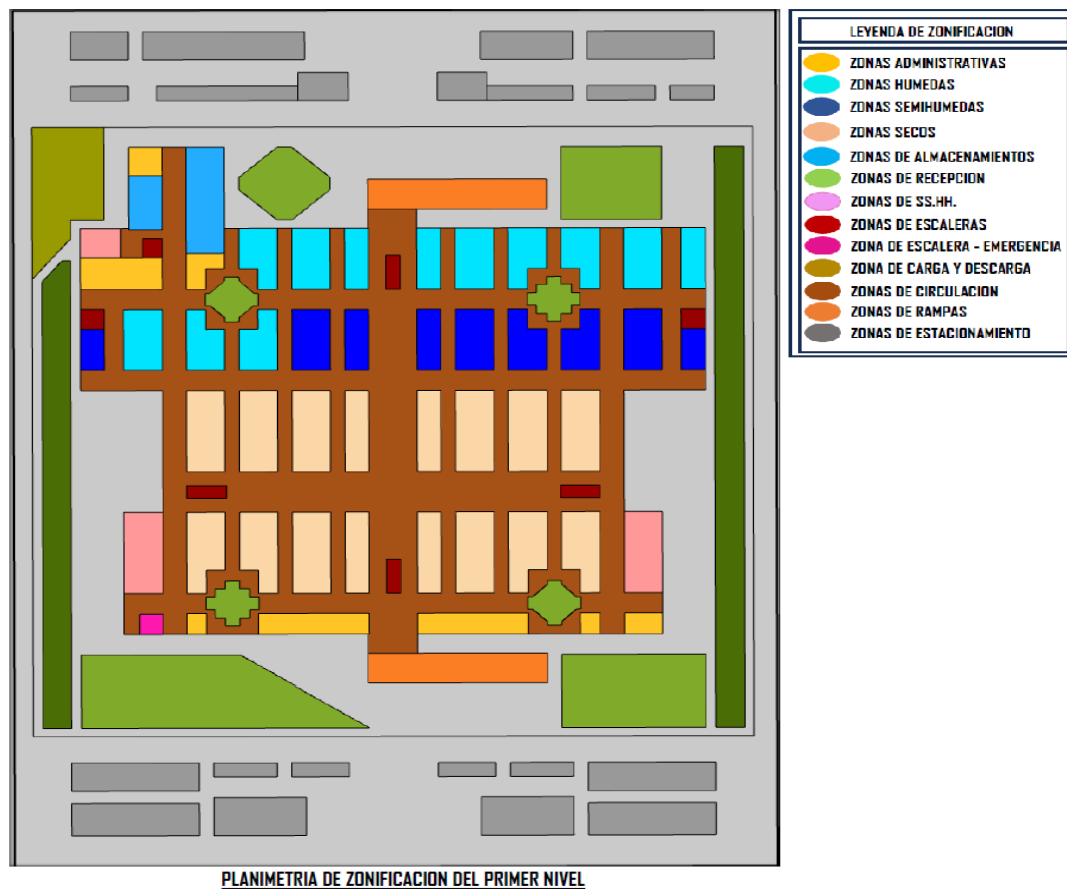
5.2.4. Zonificación

La zonificación del mercado considera tanto la funcionalidad como la comodidad de todos los usuarios, además de asegurar una circulación eficiente, accesibilidad y cumplir con normas de seguridad e higiene.

5.2.4.1. Zonificación primer nivel.

Figura 37

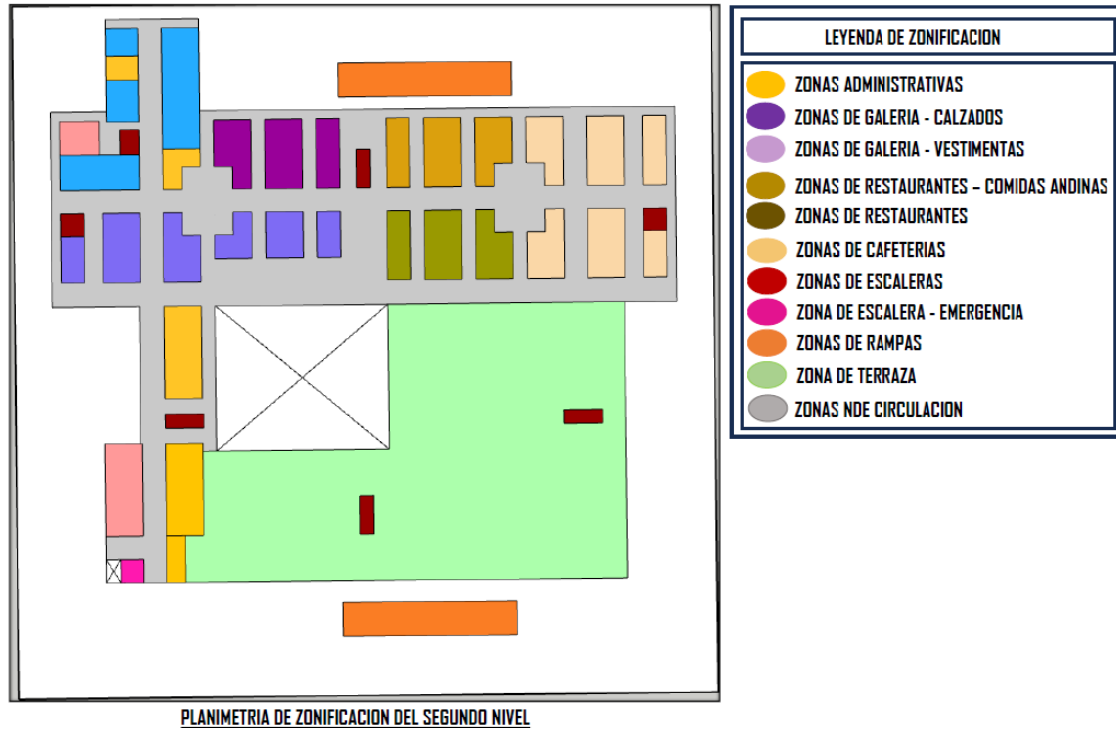
Zonificación del primer nivel de la propuesta



5.2.4.2. Zonificación segundo nivel.

Figura 38

Zonificación del segundo nivel de la propuesta



5.2.5. Programación arquitectónica

5.2.5.2. Programación cualitativa.

A. ZONA DE SERVICIOS GENERALES

Tabla 5

Programación cualitativa – Zona de servicios generales

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA
						M2
SERVICIOS GENERALES	ADMINISTRACION	ADMINISTRACION	Administrar	mayor aislamiento de espacio publico	estante, escritorio y sillón de espera	18.38
		SECRETARIA	Consultas y atención	cercana al espacio publico	estante, escritorio y sillón de espera	10.94
		DIRECCION	Conducir	mayor aislamiento de espacio publico	estante, escritorio y sillón de espera	18.97



	SALA DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	Planificación, organización, control y seguimiento de los recursos y procesos empresariales	órgano encargado de planificar	estante, escritorio y sillón de espera	43.55
	SALA DE REUNIONES	Reuniones entre funcionarios	un espacio mediano con vistas al área verde	escritorio y sillas	42.00
	CUARTO DE SEGURIDAD	Vigilar y descansar	espacio cálido para descansar	sillas, mesa y cama	17.86
	CUARTO DE LIMPIEZA	Lugar para descansar los trabajadores de limpieza	espacio cálido para descansar	equipos de limpiezas	67.72
	ALMACEN DE LIMPIEZA Y RIEGO DEL MERCADO	Almacén exclusivamente para la limpieza y riego del mercado	aislado del público o al interior del mercado	mesas y sillas	53.20
	CUARTO DE CONTROL	Los operadores realizan funciones de seguimiento, monitorización, control y análisis.	alto rendimiento con elementos característicos propios y únicos	estante mesa y sillas	40.57
	CUARTO DE MAQUINAS	Aloja equipos de producción de frio o calor con potencia térmica superior a 70 kw.	estación técnica de un mercado	estante mesa y sillas	41.40
	MONTA CARGAS	Levantar, transportar y distribuir materiales pesados	mayor aislamiento de espacio publico	apiladores eléctricos	14.63
	SENASA	Protegemos al país del ingreso de plagas y enfermedades.	para reservar nuestra riqueza agrícola y ganadera.	estante, escritorio y sillón de espera	41.40
	TOPICO	Resuelven los problemas básicos de salud.	la atención de enfermedades de salud, la publico	estante, escritorio y sillón de espera	17.86
	FARMACIA	Es una ciencia de la salud que se ocupa del descubrimiento, producción, control de salud.	al servicio de la población	estante, escritorio y sillón de espera	37.00
	SS. HH. VARONES	Necesidades fisiológicas	mayor ventilación	2l 2u 2l	17.78
	SS. HH. MUJERES	Necesidades fisiológicas	mayor ventilación	4l 3l	17.63
SERVICIOS BANCARIOS	AGENTE DE MIBANCO	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	17.86
	AGENTE DE LA BANCO DE LA NACION	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	35.52
	AGENTE DE INTERBANK	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	17.86
	AGENTE DE BBVA	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	17.86

AGENTE DE BPC	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	35.52
AGENTE DE SOCOTIABANK	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	17.86
BANCO AGRARIO	Pueden asumir funciones que abarcan un amplio espectro de servicios.	un elevado conocimiento en finanzas, inversiones, fiscalidad y mercados.	estante, escritorio y sillón de espera	35.32

B. ZONA DE ALIMENTOS

Tabla 6

Programación cualitativa – Zona de alimentos

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARI O MINIMO	AREA TECHAD A
						M2
ZONA DE ALIMENTOS	CAFETERIA	AREA DE PREPARACION	área de preparación	espacio cercano al acceso	estante mesa y sillas	100.06
		AREA DE MESAS	espacio de consumo	espacio con relación con la cocina	mesas de comedor y sillas	325.95
		ALMACEN	área de comidas y diversión	un espacio amplio y acústico	mesa y silla	57.00
	RESTAURANT	AREA DE COCINA	área de preparación de alimentos	espacio con relacional comedor	estante mesa y sillas	50.04
		AREA DE MESES	espacio de consumo	espacio con relación con el comedor	mesas de comedor y sillas	174.43
		ALMACEN	área de comidas y diversión	un espacio amplio y acústico	estante mesa y sillas	32.42
	RESTAURAT DE COMIDAS	AREA DE COCINA	área de preparación de alimentos andinos	espacio con relacional comedor	estante mesa y sillas	50.04
		AREA DE MESES	área de consumo	espacios con relación con el comedor	mesas de comedor y sillas	174.43
		ALMACEN	área de comidas y diversión	un espacio amplio y acústico	mesa y silla	24.56
	SS. HH. VARONES	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	2l 2u2L	17.78	
	SS. HH. MUJERES	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	2l 2L	17.63	
	SS. HH. DISCAPACITADOS	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	3l 3L	51.63	

C. ZONA HÚMEDA

Tabla 7

Programación cualitativa – Zona húmeda

ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA
					M2
ZONA HUMEDA	CARNE ROJAS	espacio de venta de pura carne roja	espacio que no tiene mucha iluminación solar	mesas y sillas	103.32
	CONDIMENTOS	espacio de ventas de todo tipo de condimentos para la comida	espacio que no tiene mucha iluminación solar	estante y sillas	64.32
	CUYES - TRUCHAS	espacio de ventas de carne de cuyes y truchas	espacio frío que no tiene mucha iluminación solar	mesas y sillas	86.01
	PESCADOS	espacio de ventas de carne de todo tipo de pescados	espacio frío que no tiene mucha iluminación solar	mesas y sillas	103.32
	POLLOS	espacio de ventas de carne de pollo	espacio frío que no tiene mucha iluminación solar	estante, mesas y sillas	86.01
	VERDURAS	espacio de ventas de verduras frescas	espacio frío que no tiene mucha iluminación solar	estante, mesas y sillas	253.74
	TUBERCULOS	espacio de ventas de plantas medicinales, para enfermedades	espacio que no tiene mucha iluminación solar	estante, mesas y sillas	103.32
	FLORERIAS	espacios de venta de todo tipo de flores	espacio cálido	estante, mesa y sillas	128.64
	FRUTAS	espacio de ventas de todo tipo de frutas saludables	espacio que no tiene mucha iluminación solar	estantes, mesa y sillas	253.74
	SS. HH. VARONES	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	3l 3u 3l	43.00
	SS. HH. MUJERES	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	4l 3l	44.94
	SS. HH. DISCAPACITADOS	necesidades fisiológicas	mayor ventilación	3l 3l	51.63

D. ZONA SEMIHUMEDA

Tabla 8

Programación cualitativa – Zona semihúmeda

ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA
					M2

ZONA SEMIHUMEDA	PRODUCTOS DIVERSOS	venta de productos lácteos	espacio ventilado	estante, mesas y sillas	51.66
	QUESO	venta de quesos de diferentes lugares	espacio frígido que no tiene mucha iluminación solar	mesa y sillas	42.88
	EMOLIENTES	ventas de emolientes saludables	espacio ventilado	estante, mesas y sillas	42.88
	MENESTRAS	venta de todo tipo de menestras	espacio cálidos y ventilados	mesa y sillas	64.32
	ABARROTOS	venta de todo tipo de abarrotos	espacio cálidos y ventilados	estante, mesas y sillas	103.32
	JUGUERIAS	venta de todo tipo de jugos	espacio cálidos y ventilados	estante, mesas y sillas	51.66
	PANADERIAS	venta de todo tipo de panes	espacio ventilado y que no tiene mucha iluminación solar	estante, mesas y sillas	86.01
	MAZAMORRAS	venta de todo tipo de sabores de mazamorras	espacios ventilados	estante, mesas y sillas	51.66
	FUENTE DE SODA	venta de sodas	espacio ventilado	mesa y sillas	34.44

E. ZONA SECA

Tabla 9

Programación cualitativa – Zona seca

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA
						M2
ZONA SECA	PRENDAS DE VESTIR	venta de todo tipo de vestimentas	venta de todo tipo de vestimentas	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	410.28
	BAZAR LIBRERÍAS	venta de todo tipo de utilidades para escolares	venta de todo tipo de utilidades para escolares	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	240.00
	MERCERIAS	venta de todo tipo de hilos para la sastrería de ropas	venta de todo tipo de hilos para la sastrería de ropas	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	506.08
	PLASTIQUERIAS	venta de todo tipo de plásticos de venta y artefactos de plástica	venta de todo tipo de plásticos de venta y artefactos de plástica	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	506.08
	ARTEFACTOS	venta de todo tipo de artefactos como televisores, ollas.	venta de todo tipo de artefactos como televisores, ollas.	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	466.08
	CALZADOS DE VESTIR	venta de todo tipo de calzados	venta de todo tipo de calzados	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	263.3
	ARTESANIAS	venta de todo tipo de artesanías de la región de puno, etc.	venta de todo tipo de artesanías de la región de puno, etc.	espacio cálido y ventilado con iluminación solar	estante, mesas y sillas	326.08

F. ZONA DE ÁREAS LIBRES

Tabla 10

Programación cualitativa – Zona de áreas libres

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA
						M2
ZONA AREAS LIBRES		TERRAZA	refrescar y relajar la mente	orientado al sur este de la zona intervenida	arboles sillas de descanso	4208.00
		ESPACIO DE RECEPCION	área de recepción al visitante.	espacio amplio orientado a la vía principal	arboles sillas de descanso	
		PARQUEO	refrescar y relajar la mente	ubicado al lado de pista	arboles sillas de descanso	
		FUENTES DE AGUA	visual agradable	orientado en la vía principal con percepción visual	fuentes de agua	
	SERVICIO DE JUEGOS	LUDOTECA	área de diversiones de juegos	un lugar de diversiones	mesa de juegos	42.00
		GUARDERIA	espacio para la guardería de cosas.	espacio de guardaje	estante, mesas y sillas	64.00
		JUEGOS DE BILLAR	área de diversiones de juegos	un lugar de diversiones	mesa de juegos	42.00

G. ZONA COMPLEMENTARIA

Tabla 11

Programación cualitativa – Zona complementaria

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	USOS Y FUNCIONALES	CONCEPCION (PREMISAS)	MOVILIARIO MINIMO	AREA TECHADA	
						M2	
ZONA COMPLEMENTARIA		CARGA Y DESCARGA	lugares de almacenamientos en el mercado	espacio exclusivamente para carga	mesa y sillas		
		ESTACIONAMIENTOS	espacios para estacionamiento de vehículos	espacios exclusivamente para vehículos motorizados y no motorizados	vehículos motorizados y vehículos no motorizados		
		ALMACENES	espacio para almacenar productos diferentes y artefactos.	un espacio amplio y acústico	estante, mesas y sillas	585.73	
	SERVICIOS GENERALES	SS. HH. VARONES	necesidades fisiológicas		mayor ventilación	17l 19u 13L	146.78
		SS. HH. MUJERES	necesidades fisiológicas		mayor ventilación	19l 13L	152.45
		SS. HH. DISCAPACITADOS	necesidades fisiológicas		mayor ventilación	9l 18L	154.89

5.2.5.3. Programación cuantitativa.



H. ZONA DE SERVICIOS GENERALES

Tabla 12

Programación cuantitativa – Zona de servicios generales

ZONAS	SUB-ONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MÍNIMO	INDICE M2 X PERSONA	AREA TECHADA	NUEMRO DE ESPACIOS	TOTAL	TOTAL		
					A		, AREA	, X		
					M2		M2	ZONAS		
SERVICIOS GENERALES	ADMINISTRACION	ADMINISTRACION	estante, escritorio y sillón de espera	5	18.38	1	18.38	698.69		
		SECRETARIA	estante, escritorio y sillón de espera	5	10.94	1	10.94			
		DIRECCION	estante, escritorio y sillón de espera	5	18.97	1	18.97			
		SALA DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	estante, escritorio y sillón de espera	4	43.55	1	43.55			
		SALA DE REUNIONES	escritorio y sillas	4	42.00	1	42.00			
		CUARTO DE SEGURIDAD	sillas, mesa y cama	3	17.86	1	17.86			
		CUARTO DE LIMPIEZA	equipos de limpiezas	1.2	67.72	2	67.72			
		ALMACEN DE LIMPIEZA Y RIEGO DEL MERCADO	mesas y sillas	1.2	53.20	1	53.20			
		CUARTO DE CONTROL	estante mesa y sillas	12	40.57	1	40.57			
		CUARTO DE MAQUINAS	estante mesa y sillas	4	41.40	1	41.40			
		MONTA CARGAS	apiladores eléctricos	3	14.63	1	14.63			
		SENASA	estante, escritorio y sillón de espera	4	41.40	1	41.40			
		TOPICO	estante, escritorio y sillón de espera	4	17.86	1	17.86			
		FARMACIA	estante, escritorio y sillón de espera	4	37.00	1	37.00			
		SS. HH. VARONES	2l 2u 2l	6	17.78	1	17.78			
		SS. HH. MUJERES	4l 3l	4	17.63	1	17.63			
		SERVICIOS BANCARIOS		AGENTE DE MIBANCO	estante, escritorio y sillón de espera	1.2	17.86		1	17.86
				AGENTE DE LA BANCO DE LA NACION	estante, escritorio y sillón de espera	1.2	35.52		1	35.52
AGENTE DE INTERBANK	estante, escritorio y sillón de espera			1.2	17.86	1	17.86			
AGENTE DE BBVA	estante, escritorio y sillón de espera			1.2	17.86	1	17.86			
AGENTE DE BPC	estante, escritorio y sillón de espera			1.2	35.52	1	35.52			
AGENTE DE SOCOTIABANK	estante, escritorio y sillón de espera			1.2	17.86	1	17.86			
BANCO AGRARIO	estante, escritorio y sillón de espera			1.2	35.32	1	35.32			

698.69



I. ZONA DE ALIMENTOS

Tabla 13

Programación cuantitativa – Zona de alimentos

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MINIMO	INDICE M2 X PERSONA	AREA TECHADA	NUEMRO DE ESPACIOS	TOTAL, AREA	TOTAL, X ZONAS
					M2		M2	M2
ZONA DE ALIMENTOS	CAFETERIA	AREA DE PREPARACION	estante mesa y sillas	4	100.06	3	100.06	1075.97
		AREA DE MESAS	mesas de comedor y sillas	1.5	325.95	6	325.95	
		ALMACEN	mesa y silla	4	57.00	6	57.00	
	RESTAURANT	AREA DE COCINA	estante mesa y sillas	3	50.04	3	50.04	
		AREA DE MESES	mesas de comedor y sillas	1.5	174.43	3	174.43	
		ALMACEN	estante mesa y sillas	1.2	32.42	3	32.42	
	RESTAURAT DE COMIDAS ANDINAS	AREA DE COCINA	estante mesa y sillas	5	50.04	3	50.04	
		AREA DE MESES	mesas de comedor y sillas	4	174.43	3	174.43	
		ALMACEN	mesa y silla	8	24.56	3	24.56	
		SS. HH. VARONES	2l 2u2L	6	17.78	1	17.78	
	SS. HH. MUJERES	2l 2L	6	17.63	1	17.63		
	SS. HH. DISCAPACITADOS	3l 3L	3	51.63	1	51.63		

J. ZONA HÚMEDA

Tabla 14

Programación cuantitativa – Zona húmeda

ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MINIMO	INDICE M2 X PERSONA	AREA TECHADA	NUEMRO DE ESPACIOS	TOTAL, AREA	TOTAL, X ZONAS
				M2		M2	M2
ZONA HUMEDAD	CARNE ROJAS	mesas y sillas	4	103.32	12	103.32	1321.99
	CONDIMENTOS	estante y sillas	5	64.32	6	64.32	
	CUYES - TRUCHAS	mesas y sillas	4	86.01	10	86.01	



PESCADOS	mesas y sillas	1.2	103.32	12	103.32
POLLOS	estante, mesas y sillas	4	86.01	10	86.01
VERDURAS	estante, mesas y sillas	4	253.74	28	253.74
TUBERCULOS	estante, mesas y sillas	2	103.32	12	103.32
FLORETIAS	estante, mesa y sillas	3	128.64	12	128.64
FRUTAS	estantes, mesa y sillas	4	253.74	28	253.74
SS. HH. VARONES	3l 3u 3l	7	43.00	1	43.00
SS. HH. MUJERES	4l 3l	7	44.94	1	44.94
SS. HH. DISCAPACITADOS	3l 3l	3	51.63	1	51.63

K. ZONA SEMIHUMEDA

Tabla 15

Programación cuantitativa – Zona semihúmeda

ZONAS	REQUERIMIENTOS FISICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVIARIIO MINIMO	INDICE M2 X PERSONA	AREA TECHADA	NUEMRO DE ESPACIOS	TOTAL, AREA	TOTAL, X ZONAS
				M2		M2	M2
ZONA SEMIHUMEDAD	PRODUCTOS DIVERSOS	estante, mesas y sillas	3	51.66	6	51.66	528.83
	QUESO	mesa y sillas	5	42.88	4	42.88	
	EMOLIENTES	estante, mesas y sillas	8	42.88	4	42.88	
	MENESTRAS	mesa y sillas	2	64.32	6	64.32	
	ABARROTOS	estante, mesas y sillas	4	103.32	12	103.32	
	JUGUERIAS	estante, mesas y sillas	3	51.66	6	51.66	
	PANADERIAS	estante, mesas y sillas	3	86.01	10	86.01	
	MAZAMORRAS	estante, mesas y sillas	4	51.66	6	51.66	
	FUENTE DE SODA	mesa y sillas	4	34.44	4	34.44	

L. ZONA SECA

Tabla 16

Programación cuantitativa – Zona seca

ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MÍNIMO	ÍNDICE M2 X PERSONA	ÁREA TECHADA	NÚMERO DE ESPACIOS	TOTAL, ÁREA	TOTAL, X ZONAS
				M2		M2	M2
ZONA SECA	PRENDAS DE VESTIR	estante, mesas y sillas	4	410.28	22	410.28	2717.9
	BAZAR LIBRERÍAS	estante, mesas y sillas	6	240.00	24	240.00	
	MERCERIAS	estante, mesas y sillas	1.5	506.08	49	506.08	
	PLASTIQUERIAS	estante, mesas y sillas	1.5	506.08	49	506.08	
	ARTEFACTOS	estante, mesas y sillas	1.5	466.08	45	466.08	
	CALZADOS DE VESTIR	estante, mesas y sillas	3	263.3	14	263.3	
	ARTESANIAS	estante, mesas y sillas	4	326.08	21	326.08	

M. ZONA DE ÁREAS LIBRES

Tabla 17

Programación cuantitativa – Zona de áreas libres

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MÍNIMO	ÍNDICE M2 X PERSONA	ÁREA TECHADA	NÚMERO DE ESPACIOS	TOTAL, ÁREA	TOTAL, X ZONAS	
					M2		M2	M2	
ZONA AREAS LIBRES	TERRAZA	arboles sillas de descanso			4208.00	1	4208.00	8213.94	
	ESPACIO DE RECEPCION	arboles sillas de descanso				8	2,270.34		
	PARQUEO	arboles sillas de descanso				2	1,537.30		
	FUENTES DE AGUA	fuentes de agua				1	50.30		
	SERVICIO DE JUEGOS	LUDOTECA	mesa de juegos			42.00	1		42.00
		GUARDERIA	estante, mesas y sillas			64.00	1		64.00
		JUEGOS DE BILLAR	mesa de juegos			42.00	1		42.00

N. ZONA COMPLEMENTARIA

Tabla 18

Programación cuantitativa – Zona complementaria

ZONAS	SUB-ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	MOVILIARIO MÍNIMO	ÍNDICE M ² X PERSONA	ÁREA TECHADA	NÚMERO DE ESPACIOS	TOTAL, ÁREA	TOTAL, X ZONAS
					M ²		M ²	M ²
ZONA COMPLEMENTARIA	SERVICIOS GENERALES	CARGA Y DESCARGA	mesa y sillas			1	421.00	3905.74
		ESTACIONAMIENTOS	vehículos motorizados y vehículos no motorizados			13	2,409.48	
	ALMACENES	estante, mesas y sillas				13	585.73	
	SS. HH. VARONES	17l 19u 13L	7	146.78	4	164.56		
	SS. HH. MUJERES	19l 13L	7	152.45	4	170.08		
	SS. HH. DISCAPACITADOS	9l 18L	3	154.89	3	154.89		

O. TOTAL, DE ÁREA

Numero de espacios	528
Áreas parciales del equipamiento	18443.06
Circulación de muros	100.000

5.2.6. Relaciones funcionales

A. ZONA DE SERVICIOS GENERALES

Figura 39

Relaciones funcionales de los espacios – zona de servicios generales

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FÍSICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIO	
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS
SERVICIOS BANCARIOS	AGENTE DE MIBANCO				X		X				3
	AGENTE DE LA BANCO DE LA NACION				X		X				3
	AGENTE DE INTERBANK				X		X				3
	AGENTE DE BBVA				X		X				3
	AGENTE DE BPC				X		X				3
	AGENTE DE SOCOTIABANK				X		X				3
	BANCO AGRARIO				X		X				3

Figura 41

Relaciones funcionales de los espacios – zona húmeda

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FICICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIOS	
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS
ZONA HUMEDA		CARNE ROJAS	<p>○ DIRECTA ● INDIRECTA ● NULA</p>		X		X				12
		CONDIMENTOS			X		X				6
		CUYES - TRUCHAS			X		X				10
		PESCADOS				X	X				12
		POLLOS			X		X				5
		VERDURAS				X	X				28
		TUBERCULOS			X		X				6
		FLORERIAS			X		X				12
		FRUTAS			X		X				28
		SS. HH. VARONES					X	X			7
		SS. HH. MUJERES					X	X			7
		SS. HH. DISCAPACITADOS					X	X			3

D. ZONA SEMIHUMEDA

Figura 42

Relaciones funcionales de los espacios – zona semihúmeda

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FICICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIOS	
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS
ZONA SEMIHUMEDA		PRODUCTOS DIVERSOS	<p>○ DIRECTA ● INDIRECTA ● NULA</p>			X	X				12
		QUESO				X	X				15
		EMOLIENTES			X		X				7
		MENESTRAS			X		X				5
		ABARROTES			X		X				8
		JUGUERIAS			X		X				10
		PANADERIAS				X	X				12
		MAZAMORRAS					X	X			6
		FUENTE DE SODA					X	X			3

E. ZONA SECA

Figura 43

Relaciones funcionales de los espacios – zona seca

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FICICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIOS		
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS	
ZONA SECA		PRENDAS DE VESTIR			X		X				22	
		BAZAR LIBRERÍAS			X		X				24	
		MERCERIAS			X		X				49	
		PLASTIQUERIAS			X		X				49	
		ARTEFACTOS			X		X				45	
		CALZADOS DE VESTIR					X	X				14
		ARTESANIAS					X	X				21

F. ZONA DE ÁREAS LIBRES

Figura 44

Relaciones funcionales de los espacios – zona de áreas libres

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FICICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIOS	
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS
ZONA AREAS LIBRES	SERVICIO DE JUEGOS	TERRAZA			X		X				
		ESPACIO DE RECEPCION			X		X				
		PARQUEO			X		X				
		FUENTES DE AGUA			X		X				
		LUDOTECA		X			X				
		GUARDERIA			X		X				
		JUEGOS DE BILLAR		X			X				

G. ZONA COMPLEMENTARIA

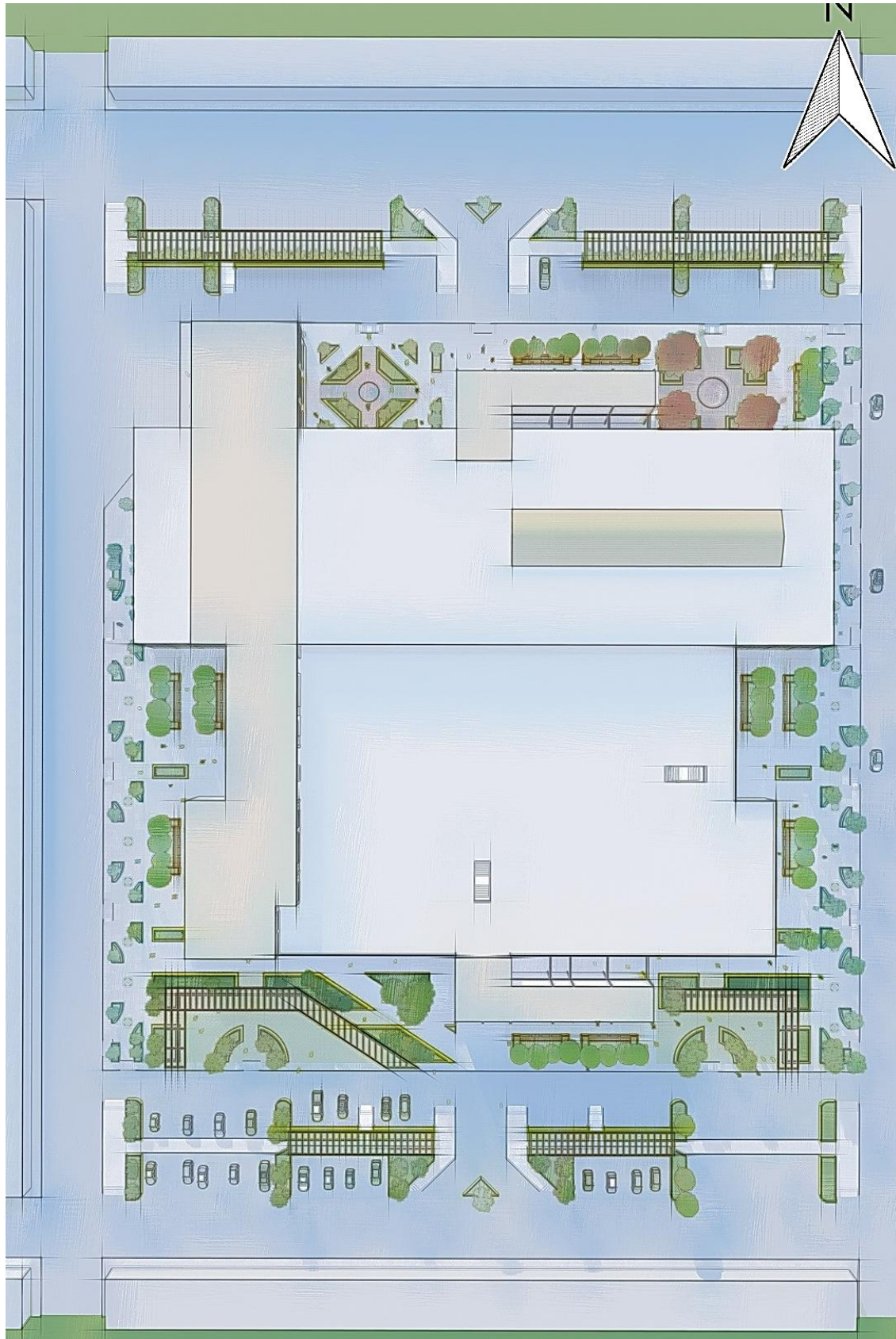
Figura 45

Relaciones funcionales de los espacios – zona complementaria

ZONAS	SUB ZONAS	REQUERIMIENTOS FICICOS ESPACIALES (AMBIENTES)	RELACIONES FUNCIONALES	FRECUENCIA DE USO			DOMINIO			N° DE USUARIOS	
				ALTO	MEDIO	BAJO	PUBLICO	SEMI PUBLICO	PRIVADO	PERMANENTE	TRANSITORIOS
ZONA COMPLEMENTARIA	SERVICIOS GENERALES	CARGA Y DESCARGA				X	X				
		ESTACIONAMIENTOS				X	X				
		ALMACENES		X			X				
		SS. HH. VARONES				X	X				16
		SS. HH. MUJERES				X	X				17
		SS. HH. DISCAPACITADOS				X	X				9

5.3. Diseño final

5.3.1. Planimetría general







5.3.2. Fachada sur



5.3.3. Fachada norte



5.3.4. Interior





CONCLUSIONES

Este trabajo presenta distintas conclusiones que permiten desarrollar una propuesta sólida, necesaria para el diseño y construcción de la infraestructura de un mercado central de abastos, para la sostenibilidad de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho - Puno, los cuales son:

PRIMERA: El nuevo diseño del mercado central de abastos en Moho, no solo mejora la infraestructura física, sino que surge de un proceso participativo que incorpora las percepciones y necesidades de la comunidad. Desde una mirada cualitativa, el proyecto representa un espacio simbólico de identidad, cohesión social y desarrollo sostenible. Demuestra que la arquitectura, cuando se construye desde la sostenibilidad y la participación, puede impulsar transformaciones económicas, sociales y culturales duraderas.

SEGUNDA: Se planteo, como alternativa la incorporación de estrategias de planificación participativa y un rediseño urbano que priorice la accesibilidad, la sostenibilidad y la organización logística. Esto no solo favorecería el desarrollo económico local, sino que también fortalecería la dinámica comercial y social del futuro Mercado Central de Abastos de Moho, consolidándolo como un espacio ordenado, accesible y funcional al servicio de la población.

TERCERA: Se realizo, el diseño arquitectónico propuesto que configura como una respuesta integral y contextualizada a las necesidades de la población de Moho, priorizando la eficiencia funcional, la seguridad de los usuarios y el equilibrio



ambiental, elementos esenciales para el desarrollo sostenible y la consolidación de un equipamiento urbano moderno y responsable.



RECOMENDACIONES

A partir del estudio efectuado y considerando la trascendencia del presente proyecto, se establecieron propuestas orientadas a beneficiar tanto a la Provincia de Moho como a los comerciantes interesados al desarrollo sostenible del comercio productivo que día a día se van realizando; con base en lo expuesto, se proponen las siguientes recomendaciones para su consideración:

PRIMERO: Se recomienda que el Proyecto del Mercado Central de Abastos, implemente medidas concretas para ayudar a los comerciantes minoristas de la provincia de Moho, fortaleciendo su economía, su bienestar social y el cuidado del medio ambiente. Esto incluye mejorar la infraestructura del mercado, ofrecer capacitación en ventas, gestión y prácticas ambientales, fomentar la organización y participación de los comerciantes. Estas acciones ayudarán a que el mercado sea un espacio sostenible y beneficioso para toda la comunidad.

SEGUNDO: Se recomienda mejorar la infraestructura y organización del mercado central de abastos de la provincia de Moho, garantizando vías de acceso seguras y señalizadas, estacionamientos suficientes y organizados, y zonas con horarios definidos para carga y descarga de productos. Además, se sugiere realizar mantenimiento periódico, capacitar al personal en logística y atención al cliente. Estas medidas permitirán un flujo más eficiente de consumidores, un abastecimiento oportuno de los comercios y fortalecerán la sostenibilidad de los comerciantes minoristas.



TERCERO: Se recomienda que los proyectos de diseño arquitectónico de mercados prioricen la integración de criterios de funcionalidad, seguridad y sostenibilidad, promoviendo una circulación eficiente de personas y mercancías, así como la adecuada iluminación, ventilación y manejo responsable de residuos. De esta manera, se contribuirá a la creación de espacios seguros, organizados y ambientalmente responsables, que satisfagan de manera óptima las necesidades de comerciantes y usuarios.

**BIBLIOGRAFÍA**

- INEI Registro Nacional de Municipalidades. (Diciembre de 2019). Registros del distrito de Moho: <https://data-peru.itp.gob.pe/profile/geo/moho#:~:text=Para%20el%20a%C3%B1o%202019%2C%20se,a%20un%2015.0%25%20del%20total>.
- Asunción, A. F., Chavez, J., Enriquez, E., Huaman, R., Huayta, B. A., Ignacio, D., Quispe, R., Soriano, C., & Tuesta, J. (2020). *Análisis del objeto arquitectónico: Mercado Central*.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Benavides, A. (03 de Mayo de 2023). *Slifeshare*. Mercado: Servicio Metropolitano: <https://es.slideshare.net/slideshow/actividad-1-ariana-benavidespdf/257820102>
- Bracamonte, E. B. (2006). Propuesta arquitectónica del mercado municipal de San Juan La Laguna, Sololá. *Tesis*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos.
- Chavez, J. A., & Pizarro, G. E. (2022). Nuevo mercado de abastos San José y centro gastronómico en el distrito de Jesús María. *Tesis*. Universidad Ricardo Palma, Lima.
- Chuquimango, M. E., & Pretell, O. P. (2022). Mercado de abastos para el Distrito de Laredo, Trujillo. *Tesis para optar en el título de arquitecto*. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo.
- Chura, D. A., & Figueroa, M. E. (2018). Renovación del mercado central de abastos de la ciudad de Ilave. *Borrador de Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano - Puno, Puno.
- DIGESA. (2003). *Reglamento Sanitario De Funcionamiento De Mercados De Abasto*. Dirección General De Salud Ambiental,.
- Garces, A. (01 de Agosto de 2019). *ForoAlfa*. La arquitectura comercial, el diseño de espacios comerciales y el retail: <https://foroalfa.org/articulos/la-arquitectura-comercial-el-diseno-de-espacios-comerciales-y-el-retail>



- García, J. M., & García, Y. M. (2018). *Propuesta de anteproyecto arquitectónico de un mercado municipal para San José de los Remates, Departamento de Boaco*. Universidad Nacional de Ingeniería.
- García, S. (2015). Espacio público y comercio en la ciudad contemporánea. *DEARQ - Revista de Arquitectura*, pp. 29-39.
- Glaeser, E. (2011). *Triumph of the City. How Our Gratest Invention Makes Us Richer, Smarter, Greener, Healthier, and Happier*. Penguin Random House Grupo Editorial, S. A. U.
<https://doi.org/https://es.slideshare.net/slideshow/glaeser-e-el-triunfo-de-las-ciudades-2011-pdf/267795251>
- Gómez Bastar, S. (2013). *"Metodología de la investigación"* (1ra ed.). México: Editorial Pax México.
- Guamán, J. P. (2023). Diseño del Mercado Parroquial de Chiquintad, Cuenca-Azuay. *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Arquitecto*. Universidad de Cuenca, Cuenca - Ecuador.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *"Metodología de la investigación"* (6ta ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Hernández, A., & Andreeva, S. (2016). ¿Mercados, museos o malls? La Gentrificación de los mercados Municipales en Barcelona y Madrid. *EntreDiversidades: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* (Núm. 6), pp.143-173.
<https://doi.org/http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455946719006>
- Hernandez, F. (2012). *Arquitectura comercial*. Universidad del Istmo.
- Huanqui, R. (2021). El mercado como sistema de espacios públicos. *Revista A 17-18: Bicentenario*, pp. 68-73.
<https://doi.org/https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/arquitectura/article/download/24606/23360/>
- INEI. (2018). *CENSO: Resultados definitivos*. Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Jacobs, J. (1961). *Muerte y vida de las grandes ciudades [The death and life of great american cities*. Graficas Lizarra, S.L. Navarra.



- <https://doi.org/https://www.u-cursos.cl/fau/2015/2/AE4062/1/foro/r/Muerte-y-Vida-de-Las-Grandes-Ciudades-Jane-Jacobs.pdf>
- Lara, M. I., Rubio, M. A., & Higuera, A. (2011). Semiótica y la arquitectura. Lo que al usuario significa... *Quivera*, pp. 139-155.
- López, A. (2019). *Arquitectura sostenible*. Universidad San Pedro.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Creative Commons.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city* [. The M.I.T. Press. https://doi.org/https://www.miguelangelmartinez.net/IMG/pdf/1960_Kevin_Lynch_The_Image_of_The_City_book.pdf
- Millones, D. J. (2023). Propuesta arquitectónica de un mercado de abastos para descentralizar la actividad comercial del distrito de Pomalca. *Tesis*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.
- Miranda , Y. (2018). *Miranda*. [Tesis para optar el título profesional de arquitecta, USMP].
- Miranda, Y. N. (2019). Mercado de abastos, para mejorar el abastecimiento de productos de primera necesidad, ubicado en la ciudad de Chiclayo. *Tesis*. USMP, Chiclayo.
- Mosqueria, N. (2021). *Modelo de Gestión para mercados de abastos minoristas competitivos*. Lima: Ministerio de la Producción.
- Pareja, J. C. (2017). Mercado Municipal de Abastos. *Tesis*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima - Perú.
- Porcelanosa, S. (06 de Junio de 2024). *KRION*. Arquitectura comercial: <https://www.krion.com/es/noticias/arquitectura-comercial#:~:text=La%20arquitectura%20comercial%20se%20refiere,oficinas%20de%20punto%20de%20venta>.
- Portillo, A. R. (s.f.). Arquitectura de los nuevos formatos comerciales para contribuir en el diseño urbano arquitectónico de los mercados privatizados de Nuevo Chimbote. *Tesis Para obtener el título profesional de arquitecto*. Universidad César Vallejo, Trujillo.
- Rivarola, A. (2015). *Nuevo Mercado para el distrito de Magdalena del Mar*. [Tesis para optar el título profesional de Arquitecto, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas].



- RNE. (2019). *Reglamento Nacional de Edificaciones*. Lima: Ministerio de vivienda, construcción y saneamiento.
<https://www.inagep.com/contenidos/reglamento-nacional-de-edificaciones-actualizado-al-2019>
- Rodriguez, D. A. (2023). El confort térmico y el sistema de cubierta autoportante como factores determinantes del diseño arquitectónico del mercado de abastos Pedro Vilcapaza de Juliaca. *Tesis*. Universidad Nacional del Altiplano, Puno.
- Rodriguez, E. (2019). Análisis arquitectónico de los mercados de abastos del distrito de Casma para la mejora de su dinámica urbana y comercial. *Tesis para obtener el título de arquitecto*. Universidad César Vallejo, Chimbote.
- Soto, H. (1986). *El otro sendero: La Revolución Informal*. Perú: Editorial Ausonia - Talleres Gráficos S.A.
- Thacker, S., Adshead, D., Morgan, G., Crosskey, S., & Bajpai, A. (2018). *La infraestructura como base del desarrollo sostenible*. UNOPS.
- Túchez, J. F. (2018). Central de abastos e intercambio comercial regional, Raxruhá, Alta Verapaz, Guatemala. *Tesis*. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.
- Vargas, O. V. (2021). Intervención del mercado el inca como parte del eje dinamizador de los sectores quintas, I y II, Distrito La Victoria. *Tesis para optar el título de arquitecto*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo.



Anexo N° 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVO	VARIABLES Y DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿De qué manera el Proyecto del Mercado Central de Abastos puede contribuir a fortalecer la sostenibilidad económica, social y ambiental de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho – Puno?</p>	<p>Hipótesis general: La planificación y análisis de las limitaciones en el acceso, estacionamiento y logística de abastecimientos permiten interpretar como estas condiciones afectan la experiencia diaria de comerciantes y consumidores, y como podrían abordarse desde el diseño arquitectónico.</p>	<p>Objetivo general: Desarrollar una propuesta de diseño arquitectónico, del mercado central de abastos, para contribuir con el fortalecimiento de la sostenibilidad de los comerciantes minoristas en la provincia de Moho – Puno, con énfasis en el mejoramiento de su actual desarrollo económico, social y público.</p>	<p>Variable 1 Mejora de la gestión comercial</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> Espacios comerciales Infraestructura y accesibilidad Servicios y equipamientos 	<ul style="list-style-type: none"> Área total asignada para los puestos de venta Número de puestos de venta Variedad de tipos de espacios (temporales – permanentes) Accesibilidad vehicular - peatonal Circulación interna Accesibilidad para personas con discapacidad Provisión de servicios básicos Áreas comunes Servicios de apoyo al comercio 	<p>Enfoque de la investigación Cualitativo</p> <p>Tipo de la investigación Estudio de caso</p> <p>Nivel de la investigación Aplicativo</p> <p>Diseño de la investigación Descriptivo</p> <p>Método de la investigación Analítico</p> <p>Población Arquitectos expertos en diseño, planificación y gestión de espacios comerciales públicos.</p> <p>Muestra Muestreo intencional por criterios.</p> <ul style="list-style-type: none"> Dos arquitectos especializados en diseño de mercados o infraestructura comercial. Un funcionario de la municipalidad de Moho (Gerente de desarrollo urbano) <p>Técnicas</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista Análisis de sitio Análisis de casos similares Diseño <p>Instrumento</p> <ul style="list-style-type: none"> Guía de entrevista semi – estructurada Programas de diseño
<p>Problemas específicos:</p> <p>a. ¿Cómo afectan los problemas de acceso, la falta de estacionamientos y las deficiencias en la carga y descarga al movimiento de los consumidores y al abastecimiento de los comercios, del proyecto mercado central de abastos de la provincia de Moho – Puno?</p> <p>b. ¿Cómo puede el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos promover un espacio funcional, seguro y ambientalmente responsable para comerciantes y consumidores?</p>	<p>Hipótesis específicas:</p> <p>a. La identificación y análisis de las limitaciones en el acceso, estacionamiento y logística de abastecimiento permiten interpretar como estas condiciones afectan la experiencia diaria de comerciantes y consumidores, y como podrían abordarse desde el diseño arquitectónico.</p> <p>b. La incorporación de criterios de funcionalidad, seguridad y sostenibilidad en el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos permite explorar como estos elementos pueden mejorar la experiencia de los usuarios, el entorno urbano y las prácticas ambientales dentro del espacio comercial.</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>a. Analizar el desarrollo de limitaciones en vías de acceso, la falta de estacionamientos y las deficiencias en la logística de carga y descarga, sobre la movilidad de los consumidores y el abastecimiento de los establecimientos comerciales, con el fin de identificar los principales problemas y plantear alternativas en el proyecto mercado central de abastos de la provincia de Moho.</p> <p>b. Realizar el diseño arquitectónico del Mercado Central de Abastos con un espacios funcionales, seguros y ambientalmente responsable, facilitando la circulación de usuarios, mercancías, y la sostenibilidad mediante iluminación natural, ventilación y manejo adecuado de residuos.</p>	<p>Variable 2 Fortalecimiento de la infraestructura</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> Sostenibilidad económica Sostenibilidad ambiental Sostenibilidad social 	<p>---</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseño flexible Gestión del agua Zonas de accesibilidad a transporte público Diseño bioclimático Uso de materiales sostenibles Tecnologías eficientes Espacios de descanso y esparcimiento Espacios de interacción social 	



ITEM	NOMBRE DEL PLANO	LAMINA	FORMATO
1	PLANIMETRIA GENERAL	PG-01	A3
2	PLANTA DE DISTRIBUCION GENERAL PRIMER NIVEL	A-01	A3
3	PLANTA DE DISTRIBUCION GENERAL SEGUNDO NIVEL	A-02	A3
4	PLANTA DE DISTRIBUCION GENERAL TECHO	A-03	A3
5	PLANO DETALLE ZONA I	A-04	A2
6	PLANO DETALLE ZONA II	A-05	A3
7	PLANO DETALLE ZONA III	A-06	A3
8	SECCIONES GENERALES I	A-07	A3
9	SECCIONES GENERALES II	A-08	A3
10	ALZADOS GENERALES I	A-09	A3
11	ALZADOS GENERALES II	A-10	A3
12	ISOMETRIA I	A-11	A3
13	ISOMETRIA II	A-12	A3



APROBACIÓN DE LA TESIS	FECHA
APROBACIÓN DEL TUTOR	FECHA
APROBACIÓN DEL COMITÉ DE INVESTIGACIÓN	FECHA
APROBACIÓN DEL VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN	FECHA

QUINCE CARRIZO	FECHA
FECHA DE ENTREGA	FECHA
FECHA DE DEFENSA	FECHA
FECHA DE PUBLICACIÓN	FECHA



ACCESO PRINCIPAL

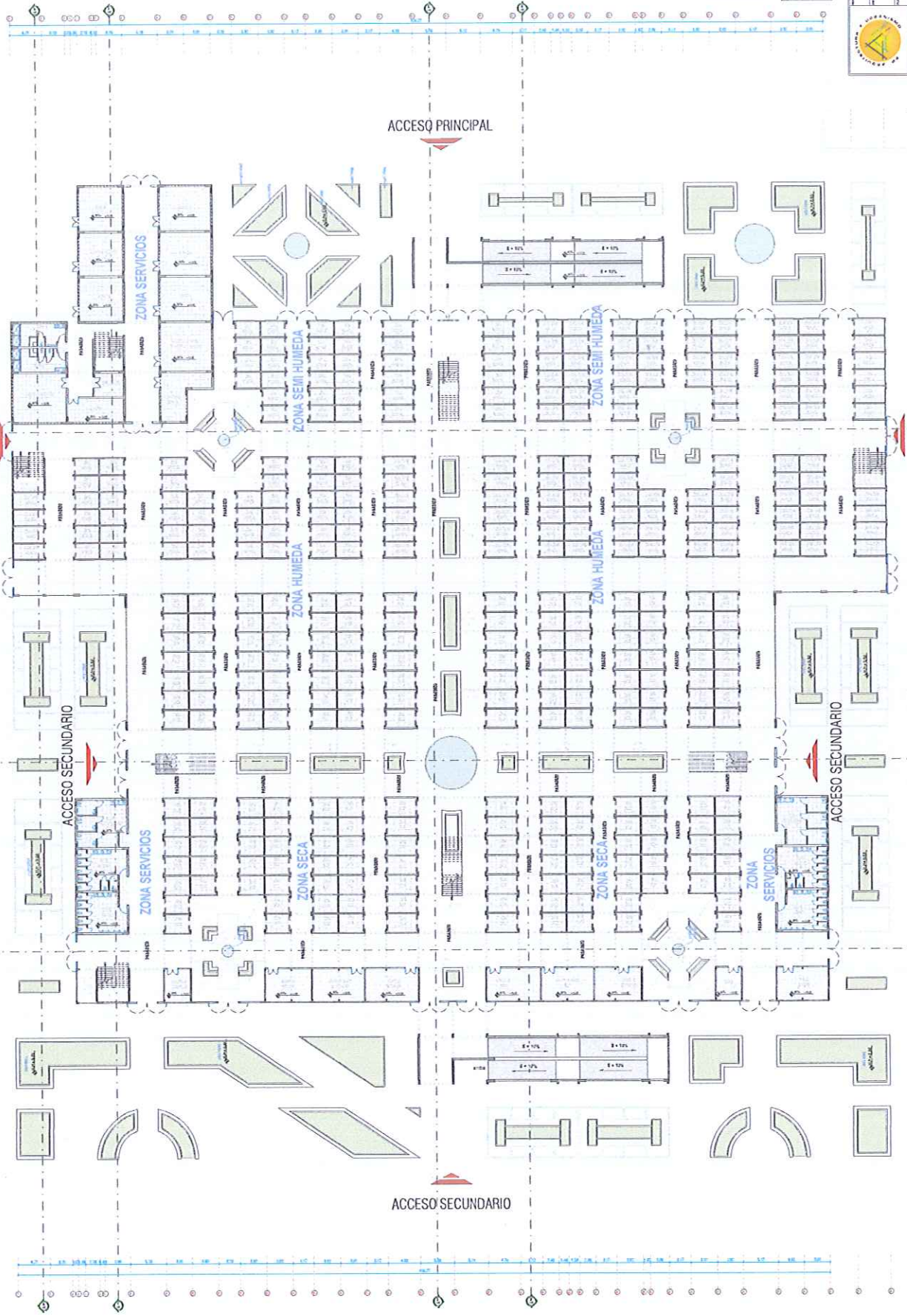
ACCESO SECUNDARIO

ACCESO SECUNDARIO

ACCESO SECUNDARIO

ACCESO SECUNDARIO

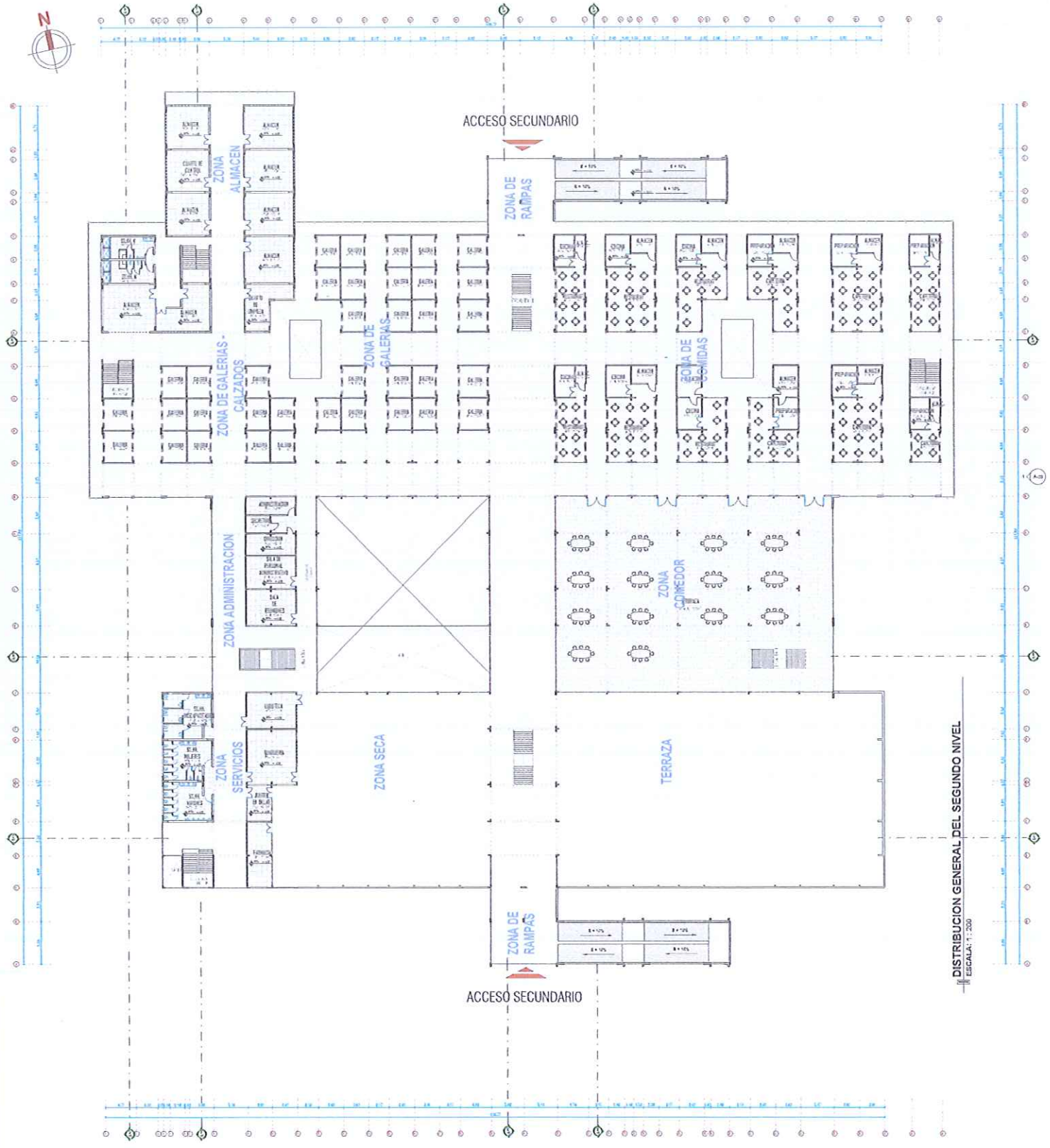
ACCESO SECUNDARIO



DISTRIBUCION GENERAL DEL PRIMER NIVEL
ESCALA: 1 : 200



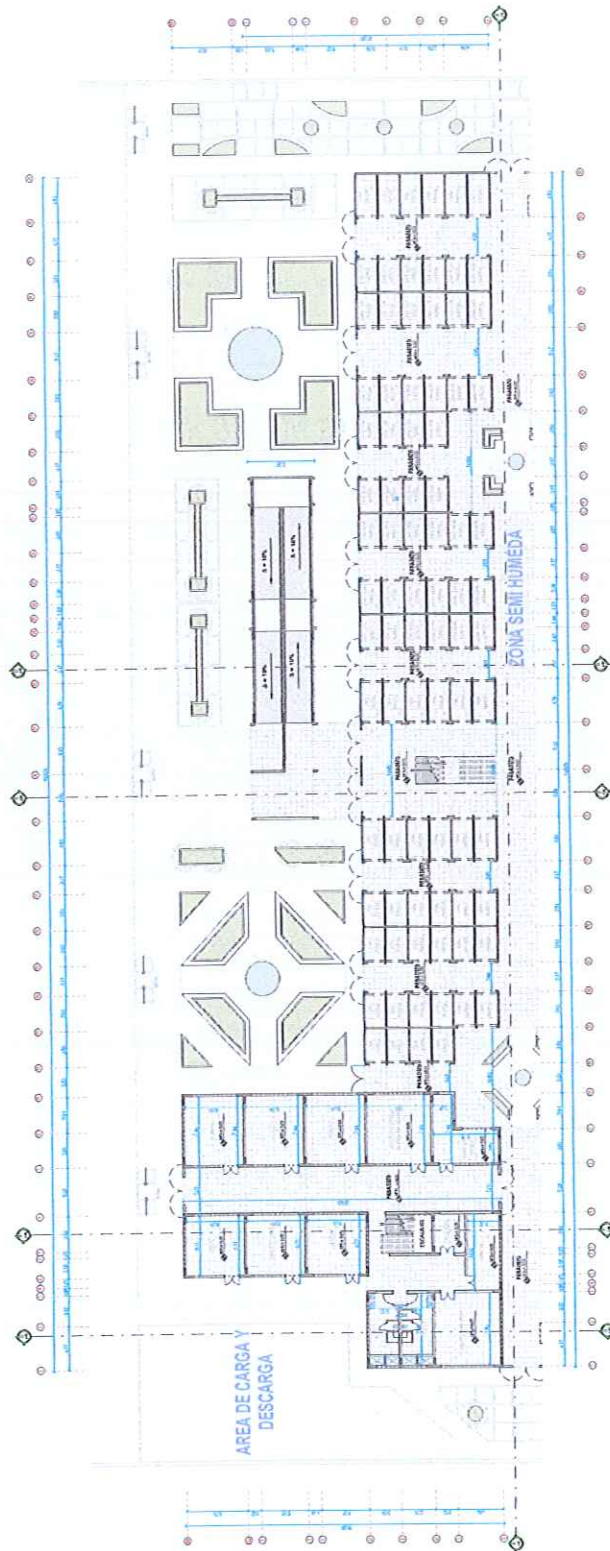
APROBACIÓN DE TÍTULO	FECHA
APROBACIÓN DE TESIS	FECHA
APROBACIÓN DE INFORME	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE TRABAJO	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE INVESTIGACIÓN	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE ANÁLISIS	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE RESULTADOS	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE CONCLUSIONES	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE RECOMENDACIONES	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE EVALUACIÓN	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE MONITORIA	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE SEGUIMIENTO	FECHA
APROBACIÓN DE PLAN DE CIERRE	FECHA



DISTRIBUCION GENERAL DEL SEGUNDO NIVEL
ESCALA: 1:200



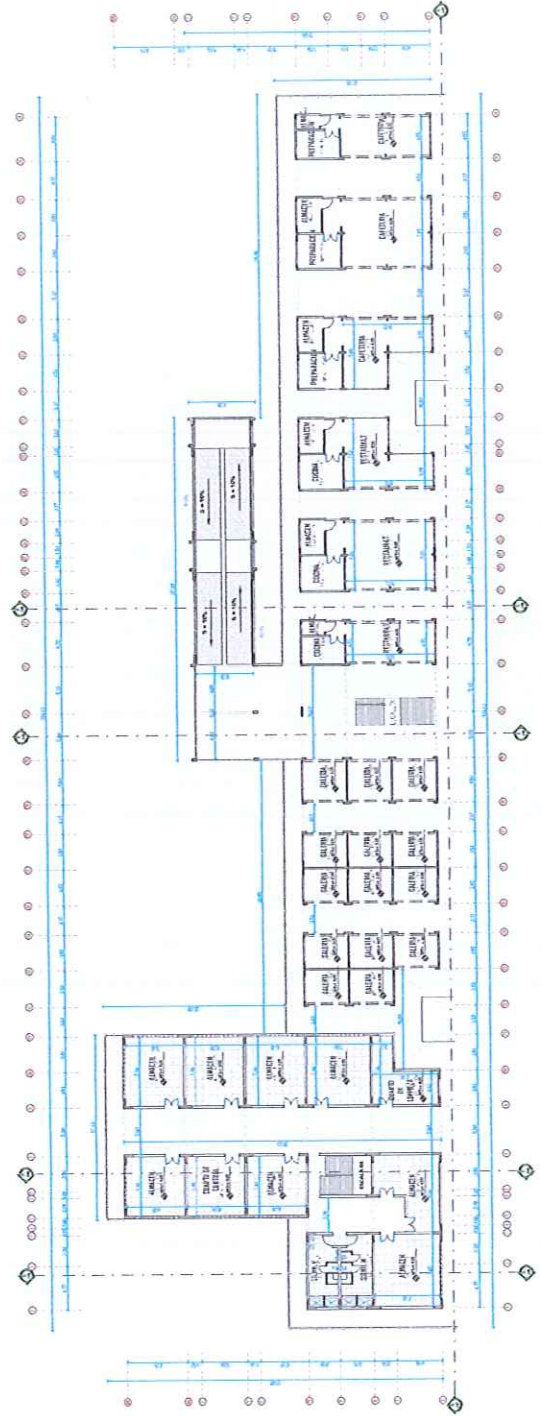
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS N.º: _____ FECHA DE EMISIÓN: _____ AUTORIZADO POR: _____ FIRMA: _____ N.º: _____ FECHA DE EMISIÓN: _____ AUTORIZADO POR: _____ FIRMA: _____	VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN OFICINA DE INVESTIGACIÓN N.º: _____ FECHA DE EMISIÓN: _____ AUTORIZADO POR: _____ FIRMA: _____
---	---



PLANO DE DETALLE 1/150
ESCALA: 1:200

PRIMER NIVEL

ZONA I



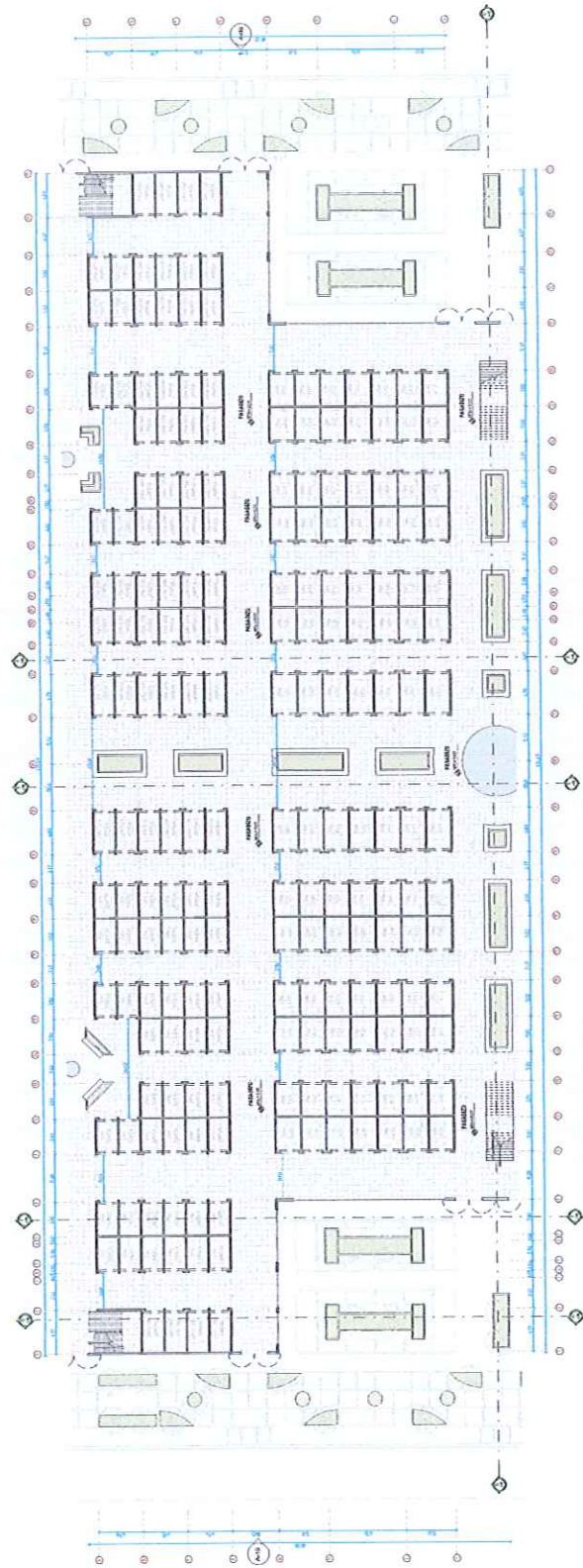
PLANO DE DETALLE 1/150
ESCALA: 1:200

SEGUNDO NIVEL

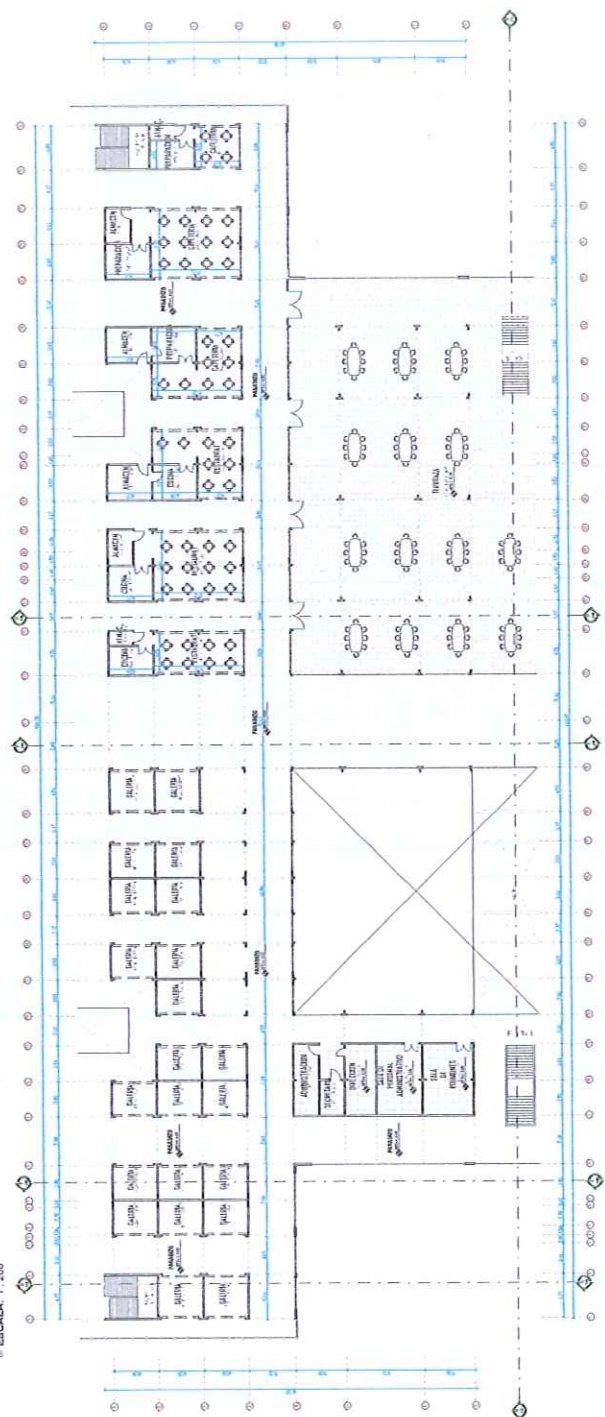
ZONA I



AUTORIDAD UNIVERSITARIA		VICERECTORADO DE INVESTIGACIÓN	
OFICINA DE INVESTIGACIÓN		OFICINA DE INVESTIGACIÓN	
AUTOR		AUTOR	
TÍTULO		TÍTULO	
FECHA		FECHA	
CATEGORÍA		CATEGORÍA	
NÚMERO DE INVESTIGACIÓN		NÚMERO DE INVESTIGACIÓN	
ESTADO		ESTADO	
OTROS		OTROS	



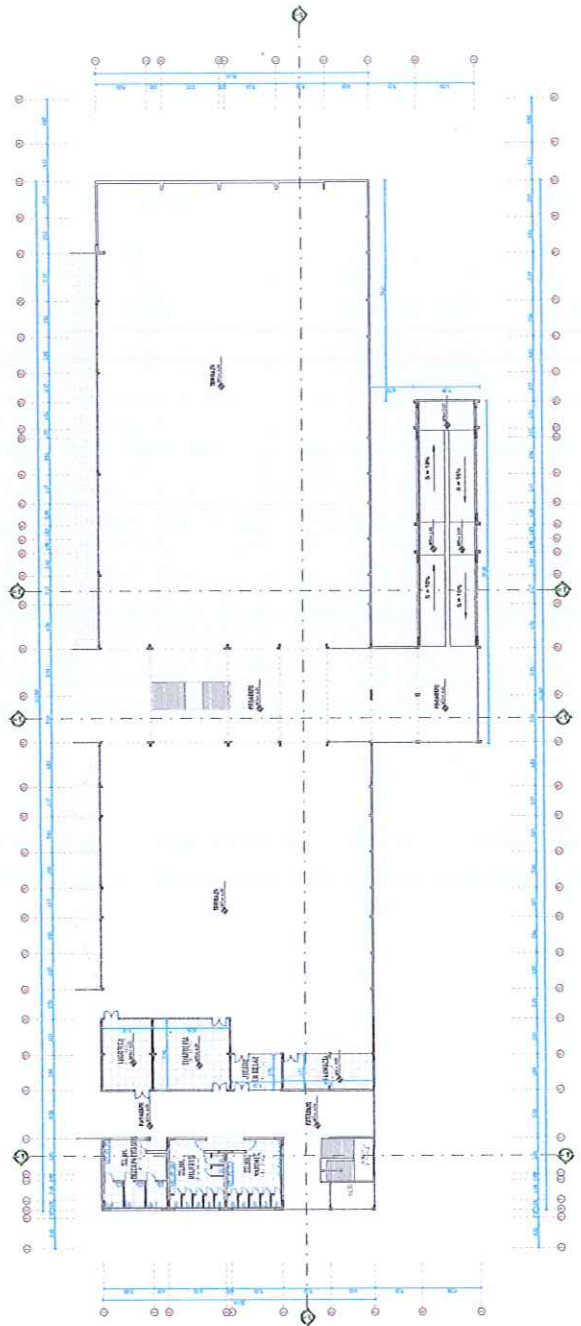
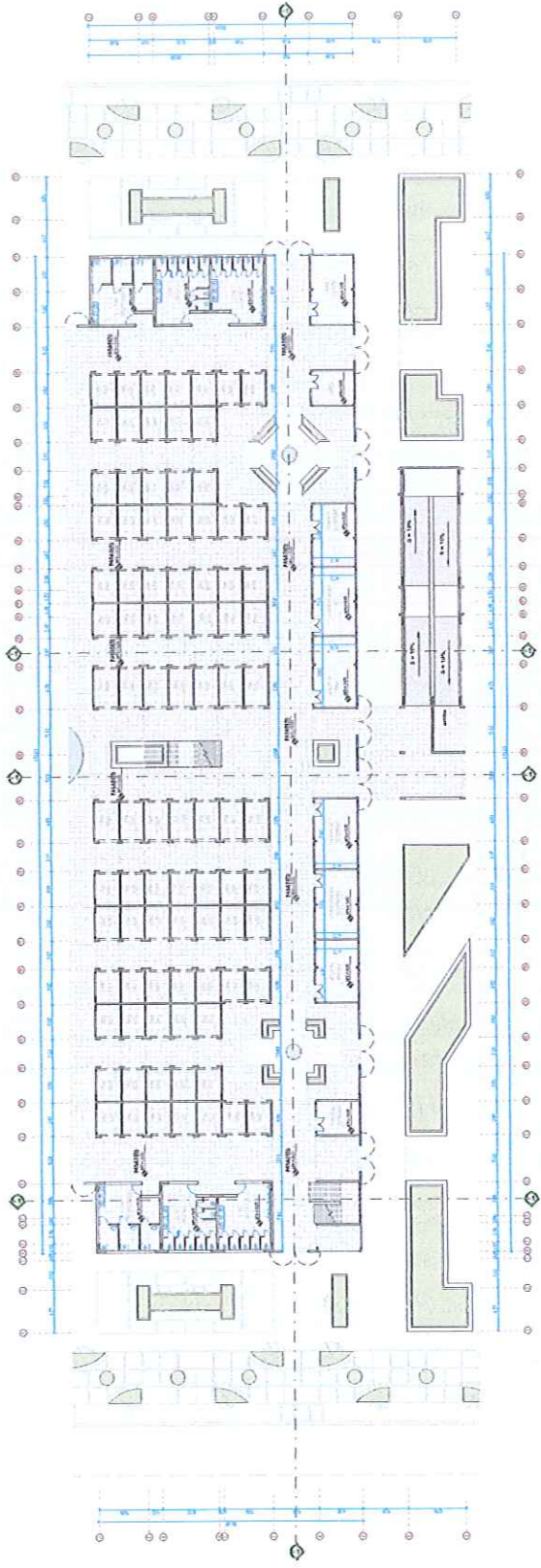
PLANO DE DETALLE 1/150 ZONA II
PRIMER NIVEL
ESCALA: 1:200

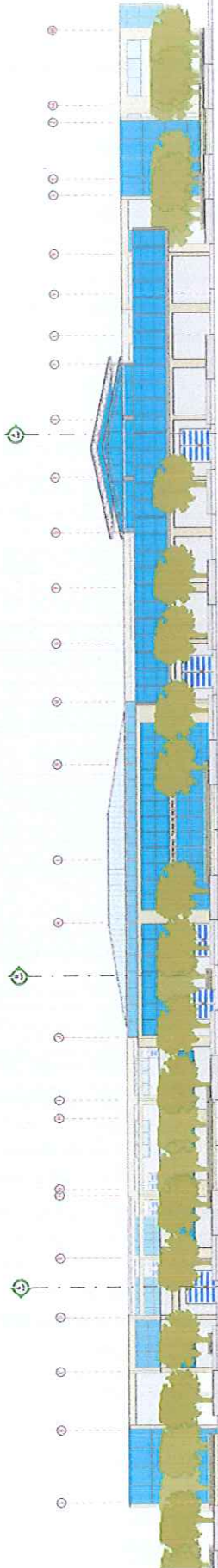


PLANO DE DETALLE 1/150 ZONA II
SEGUNDO NIVEL
ESCALA: 1:200



AUTENTICACIÓN DE FIRMAS	
N.º	Nombre y Apellido
1	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
2	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
3	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
4	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
5	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
6	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
7	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
8	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
9	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
10	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
11	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
12	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
13	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
14	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
15	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
16	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
17	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
18	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
19	Quiroz Quiroz, Juan Carlos
20	Quiroz Quiroz, Juan Carlos



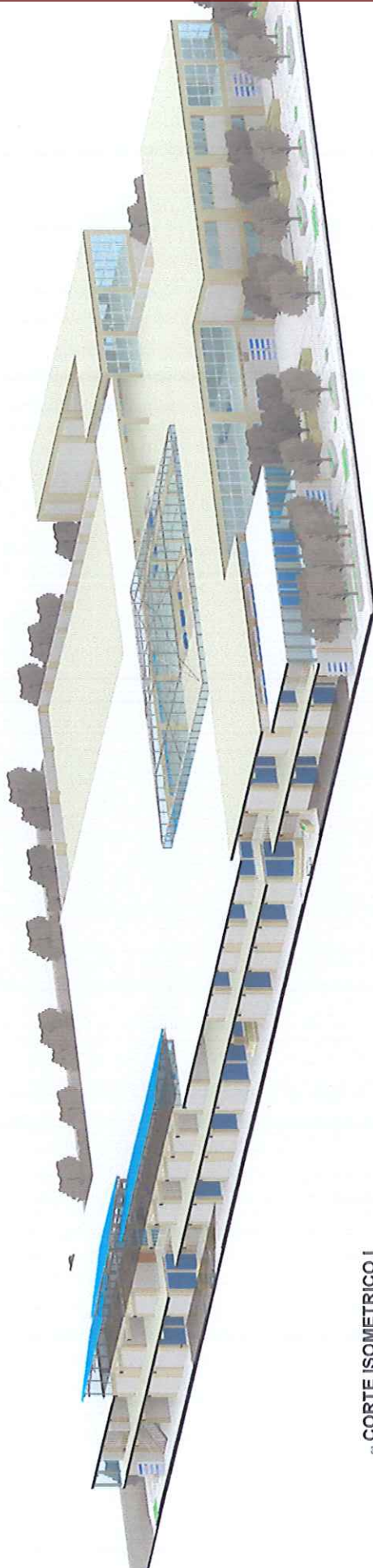


VISTA ESTE
ESCALA: 1 : 200

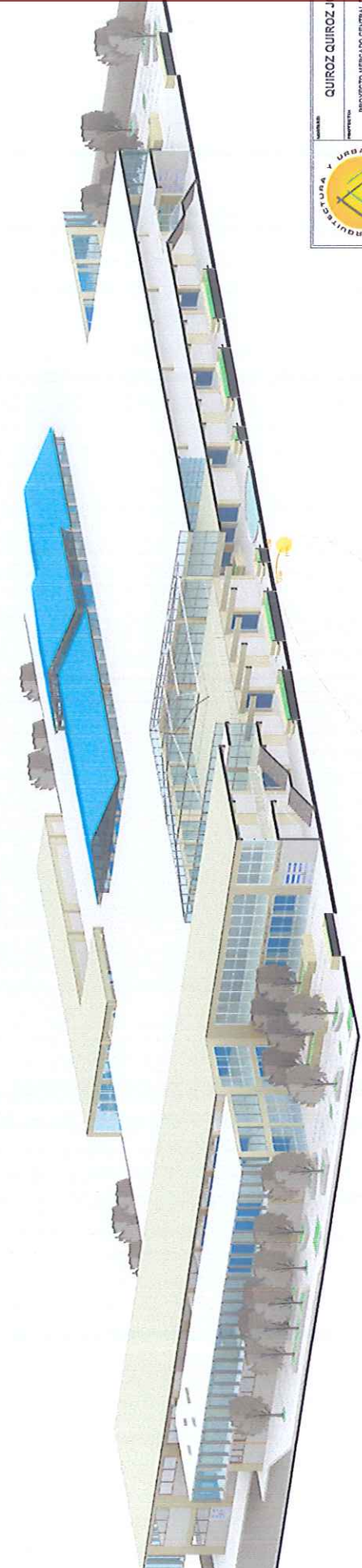


VISTA NORTE
ESCALA: 1 : 200

	QUIROZ QUIROZ JORGE AUTOR	TÍTULO PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTECIMIENTO SUSTENTABLE DE LOS COMERCIANTES URBANOS DE LA CIUDAD DE CUSCO, PROVINCIA DE URUBI, DEPARTAMENTO DE CUSCO	AUTOR ALVARO GONZALEZ
	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO
INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO	INSTITUCIÓN UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CUSCO



CORTE ISOMETRICO I
ESCALA:



CORTE ISOMETRICO II
ESCALA:

ARQUITECTURA Y URBANISMO		QUIROZ QUIROZ JORGE	
		TITULO: ARQUITECTURA ESPECIALIDAD: ARQUITECTURA NIVEL: TERCER SEMESTRE	
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DEL CUSCO FACULTAD: FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA CARRERA: ARQUITECTURA		INSTITUCIÓN: VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN OFICINA: OFICINA DE INVESTIGACIÓN DIRECCIÓN: AV. SAN PEDRO DE CAYMA 1001, CUSCO	





ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 21-10-2025

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Jorge Luis Quiroz Quiroz
Dirección: Jr. Damazo Quiroz S/N
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70835748
Teléfono: 951413005 email: quirozquirozjorgeluis@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____
Dirección: _____
DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____
Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Facultad de Ingenierías y Ciencias Puras
Escuela Profesional o Mención: Arquitectura y Urbanismo
Título o Grado Académico a optar: Arquitecto

Asesor: Mgtr. Salvador Teodoro Valdivia Cardenas
Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: PROYECTO MERCADO CENTRAL DE ABASTOS PARA LA
SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIANTES MINORISTAS
EN LA PROVINCIA DE MOHO - PUNO, 2025

Palabras claves, (3 a 5 términos): Mercado, Sostenibilidad, Comercio

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?
1

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
 Título
 2da Especialidad
 Maestría
 Doctorado

3. Licencias:

a) **Licencia estándar:**

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) **Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:**

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción “internacional” o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción “internacional” emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, la opción “internacional” goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral. Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: DISEÑO ARQUITECTÓNICO - P23

Firma de Autor



huella digital

21-10-2025

Fecha